revista del

consumidor

de consumidores conscientes diez pasos

¿Son algunos detergentes mejores que otros?

El taxista altera tarifas y niega servicio

EJECUTADO POR EL CONSUMISMO

No 12

Si usted participa, los demás no estamos solos

Uno de nuestros grandes problemas es que siempre pensamos que alguien debe empezar primero.
¿Quién es ese alguien?
El vecino, el industrial, el comerciante, el amigo, el Gobierno... ¿Verdad? No. Ese alguien es USTED.
Si usted empieza, muchos habrán de seguirlo.
Si nos sentamos a esperar que alguien tome la iniciativa, todos nos quedaremos esperando...
Empiece hoy. Una manera de resolver la situación económica del país es actuar con responsabilidad en cuanto a nuestros gastos. No compre en donde violen los precios oficiales.
Denuncie a quien esté lucrando u ocultando mercancías para especular.
Niéguese a adquirir lo que cuesta más de lo razonable.
Convenza a sus vecinos de que ésta es la mejor actitud.
No espere a que otro empiece. Quizás él lo está esperando a usted.

Si usted participa, los demás no estamos solos

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F. Teléfono 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales por EDESA, Kilómetro 17.5 de la Avenida Presidente Juárez, Tlalnepantla, Estado de México. Tel.: 535-26-25, 578-87-42 y 565-03-91. Tipografías por Multiservicios Publicitarios, Av. Universidad No. 1499, México 21. D.F. Teléfonos 524-96-12 y 524- 09-20. Distribuída por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor. No se autorizará el uso de ninguno de los materiales que aparecen en esta publicación para fines publicitarios o comerciales. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales. Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, según oficio No. 504-1081, del 19 de Octubre de 1976. Registrada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos mediante oficio No. 6339, expediente No. 091.70-1423, de fecha 19 de Noviembre de 1976.

VICTIMA DE LAS FIESTAS

Cuarenta y ocho festejos tradicionales al año, además de aniversarios, cumpleaños, días de santo. . . no los resiste cualquier bolsillo.

Por eso el título de la portada de este número podría ser, merecidamente, "Condenado por las Fiestas".

En rigor, lo ideal es regalar cuando a uno *le nace* hacerlo y no cuando se ve obligado so pena de quedar mal con la novia, con el maestro o con el compadre.

Es conveniente de vez en cuando hacer un alto y reflexionar sobre lo que deseamos para nuestra familia, para nuestro país. La alternativa es vivir endeudados, estar siempre al día y con un mañana incierto; o, por el contrario, contar con una reserva y la seguridad de que no nos faltarán recursos para vivir con dignidad.

Para esto, sólo existe una receta: ordenar los gastos ciñéndose a un presupuesto. Además, ahorrar algo.

Más abajo le recordamos los días del año en que los mexicanos solemos realizar gastos extraordinarios.

Y, sin embargo, el mejor regalo sigue siendo el afecto y la compañía, y no un objeto cualquiera.

ENERO
1 Año Nuevo
2 Día del Policía
4 Día del Periodista
6 Los Santos Reyes;
Día de la Enfermera;
Día del Geólogo
15 Día del Compositor Mexicano

FEBRERO
14 Día de la Amistad;
Día de los Novios;
Día del Telegrafista.
15 Día de la Mujer
19 Día del Ejército

MARZO
9 Día del Compadre

ABRIL
20 Día del Voceador
23 Día del Cinematografista
27 Día de la Trabajadora Doméstica
29 Día del Vendedor
30 Día del Niño

MAYO
3 Día de los Albañiles
10 Día de las Madres
15 Día del Maestro,
Día del Contador Americano

JUNIO
1 Día de la Marina
19 Día del Padre

JULIO
1 Día del Ingeniero
12 Día del Abogado

AGOSTO
1 Día del Telefonista
3 Día del Comerciante Pequeño
21 Día de la Trabajadora Social
22 Día del Bombero
28 Día del Anciano

OCTUBRE
1 Día del Agente Viajero
6 Día del Dibujante
Día de la Secretaria
17 Día del Camionero
22 Día del Médico
23 Día Nacional de la Aviación

SEPTIEMBRE
14 Día del Locutor
25 Día del Litógrafo;
Día del Tipógrafo

NOVIEMBRE
2 Día de los Muertos
7 Día del Ferrocarrillero
9 Día del Abarrotero
12 Día del Cartero
16 Día de la Mujer Guía

DICIEMBRE
19 Día del Billetero
22 Día del Agente de Tránsito.
25 Navidad

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DEL
INSTITUTO NACIONAL
DEL CONSUMIDOR
Lic. Adolfo Lugo Verduzco

VOCALES

SUBDIRECTOR DE ORIENTACION
Y DIFUNSION DEL INC.
Lic. José Antonio Perea Gavaldón

SUBDIRECTOR TECNICO
DEL INC.
Lic. Guillermo Wilkins

SUBDIRECTOR
ADMINISTRATIVO DEL INC.
Lic. Rogerio Canto Cantú

COORDINADOR DE
ORIENTACION Y DIFUNSION
DEL INC.
Lic. José Luis Turueño

JEFE DE PRENSA Y RELACIONES
PUBLICAS DEL INC.
Lic. Gabriel Pereyra

EDITOR
Patricio Vega B.

JEFE DE PRODUCCION
Sol de Durán

JEFE DE REDACCION
Luis Javier Mier

REDACCION
Salvador Peniche
María Elena Rico
Héctor Carreto
Saúl Rosales

JEFE DE ARTE Y DISEÑO
Rafael Dominguez Hernández

ILUSTRACION Y MAQUETEO
Augusto Apón
Ricardo Baeza

JEFE DE DIFUNSION
Víctor M. Gonzalez R.

CIRCULACION
Rubén de la Mora

COORDINADOR DEL
DEPARTAMENTO TECNICO
DEL INC.
Carlos Cárdenas

FOTOGRAFIA
Eduardo Donnay

Precios	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.60
Suscripción anual (12 números)	$ 100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.90

INDICE

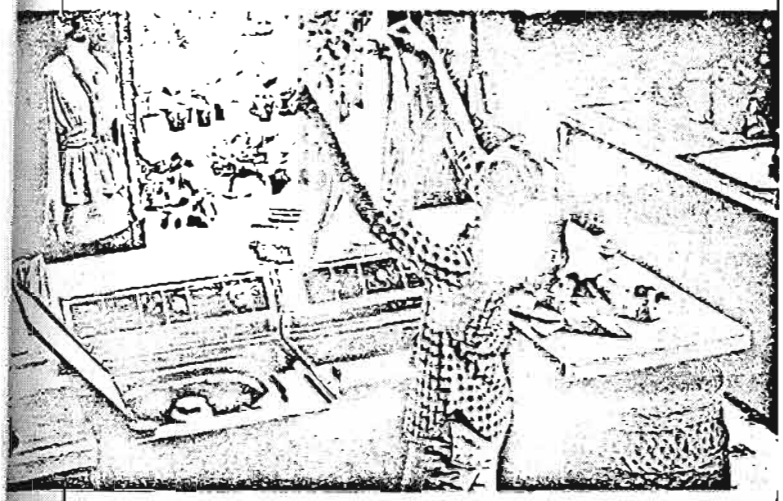
Editorial	Pág. 561
Indice	562
Sumario	563
Psicologia Infantil y Consumo	564
¿Son seguros los juegos mecánicos?	567
Control y autocontrol publicitario	571
Los Taxis: Conflictos sobre ruedas	573
Preguntas y Respuestas	577
La entrevista del mes (Doctor Adolfo Chávez)	578
Estudio comparativo: Detergentes	580
La Comida Mexicana Preshispánica	588
Consumnatum Est.	592
Más Barato por Docena	594
¿Sufre Insomnio?	596
Enfermedades Venéreas: Vuelve el Enemigo Silencioso.	598
Para Andar en Bicicleta	601
El Niño ¿Quién es?	604
La Correspondencia	607

La REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre, precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

Correspondencia y Suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR. Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F.

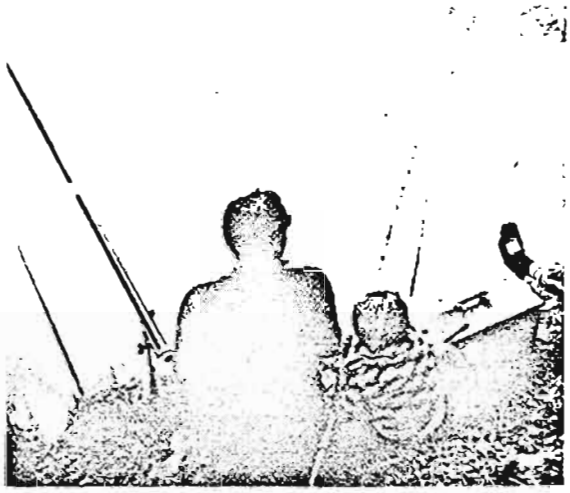
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza la reproducción total o parcial de los textos incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

SUMARIO



Los detergentes tienen dos caras: por una parte, son un auxiliar eficaz en el aburrido y pesado trabajo de lavar la ropa, y permiten al ama de casa un respiro para dedicarse a otras actividades más gratas. Pero, por la otra, constituyen una seria amenaza al equilibrio ecológico mundial, y que ponen en peligro la vida de ríos, lagos y mares. Habrá que controlar su manejo irresponsable si se quieren evitar graves consecuencias.

Pág. 580



Con los cambios en las conductas familiares, el niño dejó de ser un espectador pasivo, para convertirse en pequeño protagonista. . . y blanco ideal para las andanadas publicitarias que intentan convertirlo en esclavo del consumo. Quizás a los padres les convenga recordar que el niño que continuamente demanda regalos, más que de éstos, está necesitando atención y cariño.

Pág. 564

Cuando no se les necesita, aparecen por todas partes. En cambio, si se les busca con urgencia, suelen ir ocupados o se niegan a llevar pasajeros. Es que, en México, los taxis son insuficientes, dan mal servicio y no escatiman la oportunidad de abusar del cliente.

Pág. 573

100 gramos de charales basta para cubrir las necesidades de proteínas, calcio, fósforo y hierro de un adulto. Este y otros ingredientes, de nuestra comida prehispánica, hablan de un pasado en el que los habitantes de México preparaban platillos tan sabrosos como variados y nutritivos.

Pág. 588

Ya no quedan dudas. No sólo en México, sino en el mundo entero, se asiste al resurgimiento de un enemigo tan temible como silencioso: las enfermedades venéreas. Esto, que podría parecer una afirmación "tremendista" está, sin embargo, fundamentado por estadísticas contundentes. Según la Organización Mundial de la Salud, se presentan, anualmente, de setenta a setenta y cinco millones de casos de gonorrea y cuarenta de sífilis.

Pág. 598

Psicología infantil y consumo

Cuando un niño pide esto o aquello, lo que realmente solicita es el afecto y la atención de sus padres

Psicología infantil y consumo

Con sólo pasar media hora frente a su aparato televisor cualquiera puede comprobar la enorme cantidad de publicidad que va dirigida al niño, considerado como consumidor o utilizado para promover todo tipo de artículos.

Este fenómeno, que hoy no llama la atención a nadie es, sin embargo, muy reciente en la historia de las técnicas modernas de penetración de masas. De hecho, no data de más de unas décadas.

¿Y por qué antes no se pensó en el niño como vehículo de publicidad?

La razón nada tiene que ver con la publicidad propiamente dicha. No se trata solamente de que ahora las agencias hayan "descubierto" la importancia estratégica de la infancia como promotora de ventas sino que —como es sabido— la publicidad no puede "inventar" nuevos métodos propagandísticos si éstos no son extraídos de análisis de mercados y no responden a las motivaciones profundas que, a nivel socio-cultural, provienen de la psicología misma del consumidor. Lo que se busca es canalizar sus ansiedades: el nuevo producto debe responder a sus necesidades afectivas, brindándole seguridad y status, quitándoles sentimientos de culpa; en una palabra, ayudándolo a mantener una visión idealizada de sí mismo.

Es válido decir, que lo que los profesionales de la publicidad han podido detectar es un profundo cambio a nivel de los valores educativos, que a su vez han generado una nueva imagen del niño dentro del medio familiar.

La "gran familia" de nuestros abuelos

Para que podamos entender en qué ha consistido esa modificación debe-

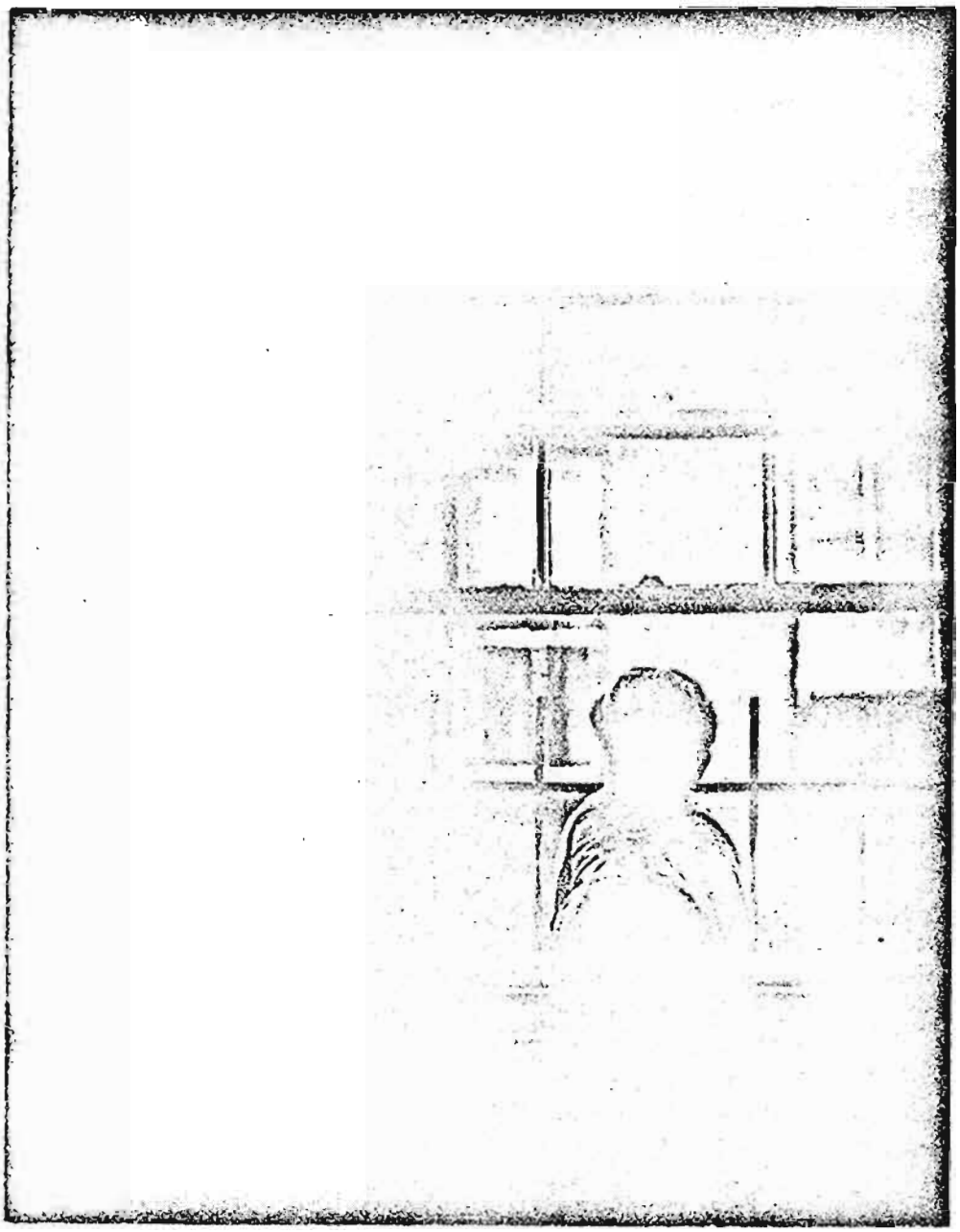
mos —aunque muy rápidamente— comparar la situación del pequeño dentro de la familia actual con la que era su vida dentro de la familia tradicional.

Tratemos de esbozar una vista retrospectiva de principios de siglo; la estructura y funcionamiento de una típica familia patriarcal, tal vez la de nuestros propios abuelos.

Esa familia tradicional es conocida actualmente como la "gran familia", en la medida que albergaba en su seno no sólo a los padres y sus múltiples hijos, sino que también incluía a otros familiares, tíos y tías, —solteros o definitivamente solterones— muy a menudo los abuelos, así como viejos servidores que ya formaban parte de ella por servir durante varias generaciones. A ese extenso grupo se iban agregando los yernos, mismos que hacían así su formal ingreso a la progenie. En esta estructura se observaba una muy clara jerarquía, predominando los hombres sobre las mujeres y, dentro de los roles masculinos, los viejos sobre los jóvenes. Los mayores representaban el máximo rango jerárquico por su experiencia.

¿Qué lugar ocupaban los niños dentro de ese sistema familiar?. Pues eran los últimos en prestárseles atención. El adulto, en general, se ocupaba poco de los infantes y ellos, como es natural, buscaban la expansión que requerían, con los otros niños, —hermanos, primos, amigos. Las necesidades infantiles estaban, de hecho, relegadas en función de las preocupaciones adultas. Muchos de nosotros, de mediana edad, todavía recordamos claramente frases tajantes como "cuando las personas mayores están hablando los niños se callan la boca". En absoluto silencio "respetuoso" a los adultos, transcurrían, también, muchas cenas.

Una publicidad dirigida al niño en ese entonces, no sólo hubiera resultado fuera de lugar, sino que habría fracasado en la medida que las ambiciones infantiles pasaban casi siempre por el tamiz de las opiniones y deseos de los adultos. En otras palabras, los que sabían siempre lo que "debía querer" un niño eran los mayores.



La moderna familia "nuclear" condena al niño a muchas horas de soledad.

La familia "nuclear" de la actualidad

Pasemos ahora, muy rápidamente, a ver las características de una familia actual (llamada "nuclear" o "pequeña familia"), compuesta por un matrimonio y sus hijos.

El régimen autoritario ha sido sustituido por un sistema más dialogal, con una mayor comunicación por parte de los esposos, al igual que entre padres e hijos. Pero, simultáneamente, el niño ha perdido un cúmulo de figuras protectoras que lo rodeaban, entre los adultos, y generalmente también al tener menos hermanos, cuenta con menor número de compañeros de juego. Todo ello lo hace aproximarse y exigir mucho más de sus padres. Estos últimos suelen estar más ocupados que, digamos, los de la familia patriarcal. Y esto porque la vida familiar ha dejado de ser —en especial para la mujer— el centro de su existencia y busca otros logros personales, a través del trabajo, estudio y actividades recreativas y sociales externas a la vida hogareña.

En suma, el niño tiene tal vez más atención de sus mayores, pero simultáneamente vive con unos padres más preocupados por otros problemas.

La publicidad extrae sus nuevas estrategia de los análisis de mercados: hoy se dirige a los niños porque ha detectado la nueva imagen que éstos tienen en el seno familiar.

Actualmente no resulta extraño ver a padres que, imbuidos por toda una nueva corriente educativa, tratan de ser compañeros de sus hijos, lo que es muy positivo. Deja, sin embargo, de marcar —muchas veces por sus ausencias— el camino a los pequeños y trazarles los límites esenciales para un normal crecimiento. Este desarrollo, naturalmente, tiene que ver con la aceptación y posibilidad de superar situaciones frustrantes y difíciles, que se dan cotidianamente.

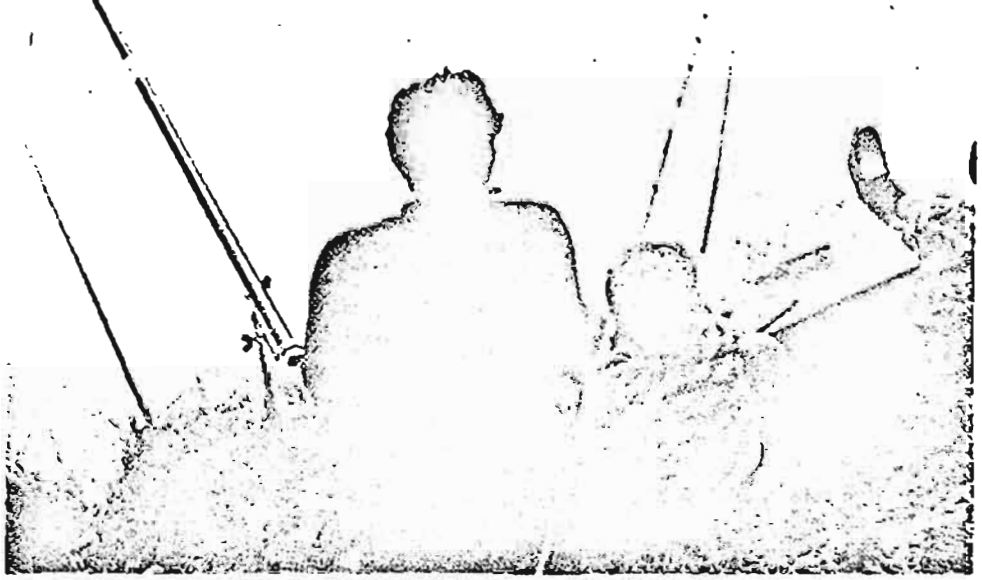
¿Cómo se puede relacionar este nuevo concepto de las funciones de padre, madre e hijo, con los problemas de consumo?

Tomemos un ejemplo de tantos a los que estamos acostumbrados. Una madre camina con su hijo de tres o cuatro años, quien le dice: "quiero que me compres algo", "¿qué cosa?" le contesta la madre, "algo" responde el chico. Este "algo" posiblemente sea algún juguete puesto de moda por la publicidad. A partir de ese momento se entra automáticamente a un círculo vicioso: a un tipo de comunicación donde el código es compartido: el niño necesita saber si la madre lo quiere, complaciéndolo y comprándole lo que pide. A su vez ésta acepta las reglas del juego, muchas veces porque se siente culpable de no prestarle más atención al pequeño. Y le compra ese "algo", que a menudo ni siquiera el niño logra determinar claramente.

El resto de la historia corre por cuenta de la maquinaria publicitaria que se encarga de emitir mensajes desde el centro mismo del problema: "Si usted quiere a su hijo, cómprele. . ." o "Un niño es infeliz y no es querido si no consume. . ."

Pero, ¿qué es lo que realmente solicitaba el pequeño?, el que pide, el que hace una continua demanda de "regalos", en realidad lo que está necesitando, es ni más ni menos, atención y cariño. Algo que tal vez no recibe adecuadamente.

El hijo de un matrimonio separado generalmente se convierte en gran consumidor, porque los padres compiten en sus mimos para mostrar quién es mejor



Es importante que los padres compartan algunas de sus actividades con sus hijos.

Y para seguir con las preguntas, valga esta otra: ¿por qué la demanda de atención del infante obliga a los padres a convertirse en grandes consumidores de productos infantiles?

En primer lugar, podemos decir que la actitud que hemos señalado, por la cual él canaliza sus demandas de cariño, no es la única. Esa constante petición de regalos responde a una necesidad de ser escuchado y tomado en cuenta por sus mayores.

A su vez, y en segundo lugar, los padres no son ajenos al problema y suelen captar el mensaje oculto; pero como no pueden cumplir con esto por sus otros quehaceres, necesitan encontrar un escape para descargar los sentimientos de culpa que van generando día a día. Finalmente, se le termina comprando de todo al chico porque "pobrecito, uno lo ve tan poco. . ." Entonces no importa si durante todo el día el pequeño ha pedido veinte veces la compra de dulces, pasteles, juguetes y similares —lo que por cierto influye negativamente en su alimentación, en su apetito y sus dientes.

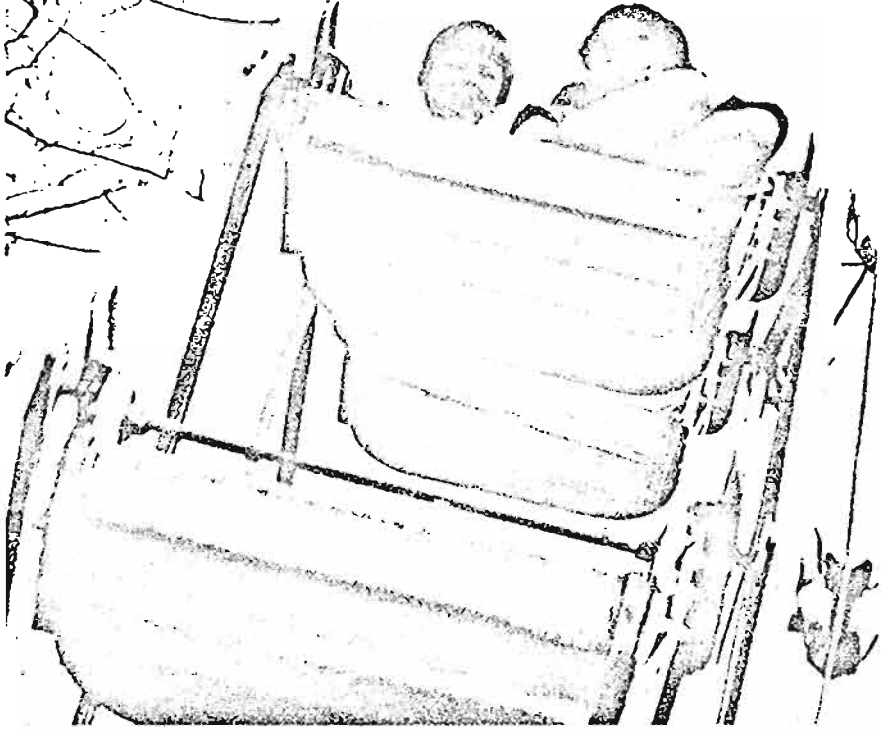
Otro típico ejemplo de gran consumidor es el hijo de padres separados, quien se convierte en un ser utilizado por los dos ex-cónyuges en conflicto, para enseñar sus respectivas bondades. Por lo general, miman en exceso al niño, de tal manera que lo inducen a encontrar el camino para manipular situaciones y poder obtener cualquier cosa que solicite.

Nunca está de más decirlo: la publicidad se aprovecha de cualquier coyuntura para enviar mensajes que resultan eficaces, no sólo por su contenido publicitario, sino por la situación emocional del ambiente familiar. De este modo los pequeños y sus padres, se convierten en fáciles presas de productos que muy a menudo resultan innecesarios e incluso hasta perjudiciales. ¿Qué solución tiene este último problema? [[Como padres, tal vez deberíamos reflexionar sobre lo que realmente nos piden nuestros hijos detrás de esos interminables "cómprame esto o aquello". Si supieran expresarse como adultos, nada raro sería que nos dijeran, sin afectaciones o doble sentido, "quiero estar contigo"]]

Conclusiones

- Una enorme cantidad de publicidad va dirigida directamente al niño para convertirlo en consumidor o promotor de consumo.
- **Los publicistas proceden hoy de este modo porque han detectado la nueva imagen que el niño tiene en el seno familiar.**
- Cuando un niño pide que le compren "algo", sin siquiera identificar el objeto, lo que necesita es saber si sus padres lo quieren.
- **Los hijos de padres separados se convierten en grandes consumidores, a causa de la competencia que aquellos establecen para demostrar quién es mejor.**

¿Son seguros los juegos mecánicos?



¿Son los juegos mecánicos seguros y divertidos? ¿Están en buenas condiciones? ¿Son caros o baratos?

El 70 por ciento de las familias encuestadas acude a los juegos mecánicos mensualmente.

"El 28 por ciento de los padres entrevistados manifestó haber visto un accidente en las ferias".

Muchas de las ferias ambulantes cobran hasta 50 ó 100 por ciento más que las establecidas en lugares fijos.

Las condiciones de seguridad son deficientes o nulas en muchos de los juegos mecánicos.

Las observaciones de los aparatos señalaron que el 64 por ciento de ellos son apropiados para niños menores de 6 años.

De origen medieval, al parecer los juegos mecánicos se iniciaron con el "tiovivo" o "carrusel", entonces consistente en una plataforma horizontal y giratoria, que era impulsada manualmente.

Hoy, y dado el desarrollo tecnológico, existe una gran variedad de juegos, como "la ola", "sombrillas voladoras", "roket", "montaña rusa", "látigo", "ratón loco", etc. . . cuyos complejos mecanismos operan impulsados por motores eléctricos o de combustión interna; permitiendo mayores velocidades, frenajes, giros y otros movimientos que, combinados, pretenden brindar mayor emoción y esparcimiento al público.

Sin embargo ¿son los juegos mecánicos una de las más sanas diversiones? ¿resultan inofensivos y seguros? ¿qué pasa con estos juegos?

Para contestar éstas y otras preguntas, el Instituto Nacional del Consumidor (INC) realizó un estudio acerca de los ya tradicionales juegos mecánicos. A continuación, presentamos a grandes rasgos los resultados abtenidos.

"Efectuamos —indican los autores de la investigación— un recorrido por 20 de las 60 instalaciones de juegos mecánicos localizadas en el área metropolitana de la ciudad de México; comprendiendo, tanto las permanentes, como las que se instalan por un tiempo determinado para enseguida marcharse a otro lugar".

Se observaron también 200 juegos mecánicos, y se entrevistaron a 150 padres de familia usuarios de estos servicios; así como a propietarios y operadores de los aparatos; si bien estos últimos se mostraron herméticos y temerosos de las inspecciones.

Para implementar el estudio, se consultó a especialistas en seguridad, higiene preventiva y psicología.

LA OPINION DE LOS CONSUMIDORES.

La encuesta realizada con 150 padres de familia que, junto con sus hijos menores, visitan las "ferias" y hacen uso de los juegos mecánicos, arrojó las siguientes conclusiones:

—El 70% de las familias encuestadas acude a los juegos mensualmente.

—Cuatro de cada siete niños asistentes a los juegos, tienen entre 5 y 10 años de edad.

—Tres de cada cinco padres de familia seleccionan "El juego" al que han de subir sus hijos.

—La totalidad de los padres advierten el riesgo que representan algunos aparatos, e impiden que sus hijos los utilicen. El 23% de ellos estima peligrosa la altura; El 29% considera elevada la velocidad y el 48% advierte otro tipo de riesgos.

—El 80% de los padres prefiere acompañar a sus hijos a bordo del "juego" seleccionado. Cuando no lo hace es porque el pequeño tamaño de los vehículos, canastillas o asientos del aparato se lo impide.

—El tiempo de permanencia en los juegos o "ferias" es de 2 a 3 horas aproximadamente.

En cuanto a la cantidad de dinero erogada por la familia, se encontró que el 42% gasta de $ 20.00 a $ 50.00 cada vez que visita la "feria". El 58% restante declaró gastar más de $ 50.00

Se comprobó también que la ubicación de las "ferias", ya sean fijas o ambulantes, es bastante conocida por los padres de familia. Dos de cada tres

de ellos señalaron, además, que frecuentan indistintamente los juegos establecidos en un sólo lugar y los ambulantes. Una tercera parte dijo preferir los que funcionan en forma permanente.

A criterio de los padres de familia, la preferencia por una u otra "feria" varía por los siguientes motivos:

— Seguridad	27%
— Colorido y buen estado	22%
— Variedad de juegos	18%
— Fácil acceso o traslado	15%
— Precios	11%
— Otros	7%
	100%

Respecto a la seguridad, apunta El Estudio, "El 28% de los padres entrevistado manifestó haber visto un accidente en las ferias". Por la frecuencia de éstos, los juegos quedan colocados en el siguiente orden:

1o. Sillas voladoras
2o. Rueda de la fortuna
3o. Pulpo
4o. Carros locos o chocones
5o. Montaña Rusa
6o. Torbellino

"El 80% de los entrevistados —señala la investigación— cree que sí hay peligro para los niños, y aún para los mayores, en todas las ferias." Específicamente consideran más peligrosos "los juegos altos y veloces", otorgándoles el orden de peligrosidad siguiente:

1o. Rueda de la fortuna
2o. Martillo
3o. Montaña Rusa
4o. Sillas voladoras
5o. Torbellino
6o. Ratón loco

Asimismo, se encontró que "El 88% de los padres observan el estado físico y el servicio de mantenimiento que dan a las ferias los propietarios y operadores"; concluyendo que 2 de cada 3 observadores juzgan inadecuado e insuficiente dicho mantenimiento.

En cuanto a los precios, es importante destacar que el 75% de los entrevistados los consideran justos, pareciéndoles al 25% restante elevados.

Esto coincide con la desproporción advertida entre las tarifas que cobran las ferias fijas y las ambulantes. Las últimas, no obstante que el estado físico de los juegos es notoriamente peor, cobran hasta 50 ó 100% más que las primeras.

A pesar de todo lo anterior, "los padres de familia mostraron comprensión, dadas las necesidades que deben satisfacer los que dependen de las ferias". Una considerable mayoría manifestó además que, "si todos los aspectos mejoraran en las ferias, ellos estarían dispuestos a pagar más por los servicios".

OBSERVACION DIRECTA DE LOS APARATOS.

La revisión de 200 juegos mecánicos mostró, según la investigación, que la mayoría carece de condiciones de seguridad e higiene aceptables.

Los riesgos más preocupantes que se ciernen sobre el público asistente son las descargas eléctricas provocadas por conexiones accesibles; ya sean interruptores de seguridad o mando; cables conductores deteriorados que desordenadamente se extienden por el piso; conexiones desnudas de lámparas fluorescentes; interruptores de navajas sin fusibles y tapas protectoras; instalaciones precarias suspendidas peligrosamente (sobre estanques de agua, etc).

Y añade: El peligro es mayor si se tiene en cuenta que en muchos de los casos la corriente eléctrica utilizada es trifásica, con tensión de 220 volts. Por si fuera poco, el riesgo aumenta en la época de lluvias, pues se acostumbra sólo colocar aisladores de madera.

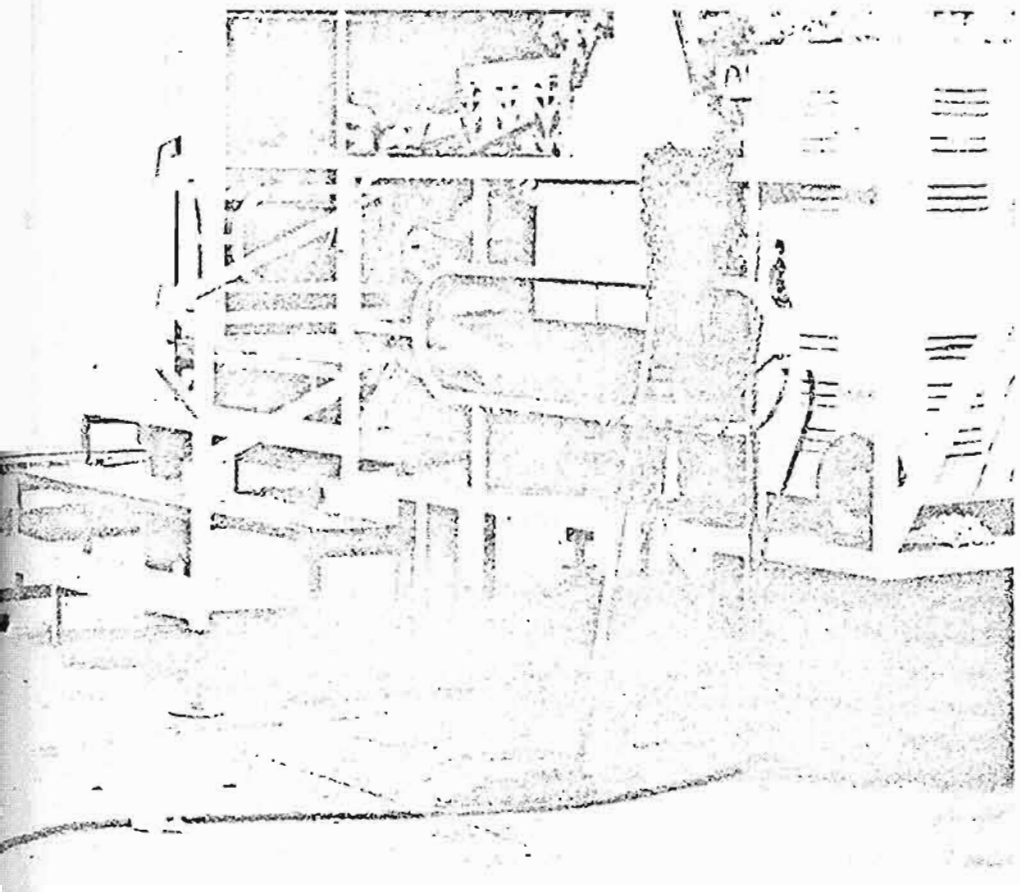
Otros peligros igualmente graves, dice el estudio, son los motivados por golpes ocasionados por contacto o caída accidental en los sitios de operación; los pasillos de acceso no siempre cuentan con un barandal que aísle la zona de movimientos, por lo que existe la posibilidad de recibir un fuerte impacto de alguna canastilla u objeto en funcionamiento.

Además, "las estructuras de los aparatos no se ensamblan con todos los elementos de fijación debidos y se cimentan sobre cuñas de madera con un precario anclaje. Estas cimentaciones, a todas luces inadecuadas, no deberían tolerarse en aquellos aparatos de gran altura o de movimientos verticales y combinados, así como en los que tengan canastillas o sillas voladoras".

En cuanto a los cinturones de seguridad, se comprobó que muchos de ellos carecen de ajuste para personas de diferente tamaño, por lo que, con frecuencia, no cumplen su función. Igualmente, pocos de estos cinturones están diseñados para detener en forma cruzada sobre el hombro.

Asimismo, se observaron láminas cortantes, tornillos sueltos, picos, puntas, alambres, etc. . , en muchos de los aparatos revisados.

Respecto a las condiciones mecánicas, se encontró una deficiencia del



Lo inadecuado de las instalaciones es causa de muchos accidentes.

30% en partes en movimiento; pernos, eslabones, etc. . .

Por otra parte, apunta el estudio, las áreas destinadas al funcionamiento de los aparatos se encuentran delimitadas por guardas de protección, sólo en el 37% de los casos. La carencia de letreros preventivos agrava aún más la situación.

En general, afirma la investigación, "las instalaciones pequeñas son las más descuidadas, tanto en presentación, como en mantenimiento mecánico y eléctrico".

Por último, las observaciones de aparatos señalaron que el 64% de ellos, son apropiados para niños hasta de 6 años, el 19% para los que tienen entre 7 y 12 años y el 17% restante para gentes de mayor edad. No obstante, en ningún caso se encontraron letreros que indicaran la edad apropiada.

Por cuanto a su aceleración, se encontró que el 31% de los aparatos es de impulso severo, siendo el 69% restante de movimiento con aceleraciones moderadas.

HIGIENE

"La gente que hace uso de los diversos juegos, que con profusión de luces, colores y música nos suelen producir alegría, lo hace confiada en que alguien se ocupa de mantener tales aparatos en condiciones adecuadas de uso, haciéndolos dignos de confianza. Sin embargo, debemos pensar en la higiene del equipo y el aseo de pasamanos, asientos, puertas, etc., dada la posibilidad de contaminación bacteriana", indica el estudio.

Y añade: "En las instalaciones observadas no se encontró ningún indicio de que periódicamente se efectúen desinfecciones. La carencia de pintura en partes metálicas oxidables favorece el deterioro del metal, aumentando el riesgo de contaminación".

Por lo que toca a expendios de alimentos y golosinas instalados dentro de las ferias, se comprobó que éstos carecen en su mayoría de agua potable y drenaje; lo que representa un peligro para la salud de las personas que ingieren dichos alimentos y golosinas.

Además, y dada la característica trashumante de muchas de estas diversiones —instaladas en lotes baldíos, explanadas, etcétera— se carece de los mínimos servicios sanitarios, y por lo tanto la posibilidad de contaminación de los alimentos aumenta.

La contaminación por ruido merece también atención especial, afirma el estudio, "pues casi siempre se abusa del nivel permitido", lo que ocasiona molestias para el vecindario.

ASPECTO PSICOLOGICO

Según los psicólogos consultados, los niños menores de 6 años sufren a menudo impresiones violentas, derivadas de las bruscas elevaciones y descensos propios de muchos de los juegos mecánicos.

La experiencia —se indica— lejos de ser placentera resulta un verdadero suplicio para los niños. Muchos adultos, en su afán por lograr que sus hijos sean valientes, no toman en cuenta que tales experiencias pueden afectar seriamente al niño; ya que dichos fenómenos quedan definitivamente grabados en su subconsciente, derivando a menudo en fobias y angustias en apariencia inexplicables.

LOS PROPIETARIOS

A pesar del hermetismo encontrado, señalan los autores de la investigación, se pudo comprobar que el consumo de energía eléctrica —el principal costo para ellos—, les es suministrado mediante una cuota mensual fija, cuyo monto es "estimado" por el inspector correspondiente; resultando relativa la posibilidad de que estén pagando lo justo por el insumo.

"En circunstancias similares se encuentra lo relacionado con la autorización para operar y el pago por la superficie de terreno ocupada".

"Por otra parte, se observó que en casi todas las ferias pequeñas el mantenimiento mecánico y eléctrico es realizado por los mismos propietarios".

En cuanto a la rentabilidad del negocio, ésta es incierta y depende de las condiciones atmosféricas, la oportunidad de presentarse en un sitio populoso no visitado recientemente por otra feria, etcétera.

Recomendaciones al consumidor

- Nunca intente subir a los niños menores de 6 años a un juego que teman. Familiarícelos primero con juegos sencillos y de movimiento lento.
- Los juegos de movimiento vertical sólo son adecuados para niños mayores de 7 años.
- Nunca deje subir solos a sus hijos menores de 12 años a juegos con movimiento vertical, cuya altura sea mayor de 10 metros; cuando las canastillas no sean completamente cerradas o no existan barras o cinturones de seguridad completamente confiables. ¡Cerciórese personalmente!
- En juegos de movimientos vertical o inclinado, seleccione aquellos que presenten canastillas flotantes que conserven su misma posición vertical.
- Los juegos de fuertes movimientos combinados como el ratón loco, torbellino, montaña rusa, pulpo, martillo, etc., únicamente son para adultos y jóvenes mayores de 16 años.
- Evite en todos los casos los vehículos y asientos que presenten filos, puntas y láminas cortantes, tornillos y tuercas salidas, etc.
- Ponga especial atención en los cables conductores de energía eléctrica; evite su cercanía cuando presenten partes peladas, conexiones en mal estado o improvisadas, etcétera.
- Aléjense de interruptores sin tapa y extremos de lámparas fluorescentes.
- Manténgase alerta ante la proximidad de cualquier aparato en movimiento, juego de dardos, tiro al blanco, etc.
- Solamente adquiera golosinas o alimentos en aquellos expendios en donde existan condiciones higiénicas.

Recomendaciones a las autoridades y propietarios

- Es indispensable la creación de un "Reglamento" específico para juegos mecánicos, que precise las condiciones mínimas aceptables, para brindar un adecuado y confiable servicio al público, sin que se dependa de criterios personales.
- Sería de alta estima que las autoridades brindaran la mayor ayuda posible a los prestadores de estos servicios, cuando por su condición económica se demuestre que no tienen suficientes recursos económicos para rehabilitar sus instalaciones, entre otras facilidades puede:

a) Otorgar asesoría técnica gratuita en materia de seguridad, higiene, etcétera.

b) Conceder exención de impuestos por un período determinado, a condición de que pongan sus aparatos en condiciones aceptables.

c) Obtener reducciones de precios para la adquisición de materiales de construcción, madera, tubos, perfiles de metal, pinturas, etc., aprovechando las conexiones de las diferentes oficinas de compras del sector oficial.

d) Hacer donativos de materiales de construcción, madera, tubos ... etc., provenientes de las remociones de los mantenimientos rutinarios en el Depto. del D.F.

e) Dar facilidades de mano de obra y equipos especializados en los talleres de mantenimiento de dependencias oficiales, para la rehabilitación de instalaciones.

f) Otorgar reducciones en la tarifa de energía eléctrica, por un plazo durante el cual los propietarios rehabiliten juegos e instalaciones.

- La condición higiénica del personal y los alimentos que se expenden; la falta de servicios sanitarios "portátiles" y limpieza de pasamanos, asientos, agarraderas, etc., hacen indispensable la vigilancia de la autoridad competente para un control periódico de sanidad que asegure la salud de los consumidores.
- Las malas condiciones en que operan los juegos mecánicos son la causa de muchos accidentes; algunos leves, otros graves. Pocos se conocen, pues la mayoría se oculta. Es necesaria mayor vigilancia en los sistemas de seguridad, entre los que se cuentan:

a) Barras y cinturones

b) Sistemas que prevean la suspensión de energía eléctrica.

c) Sistemas de desahogo en caso de incendio o desperfecto mecánico.

d) Mantenimiento constante en pernos, bielas, movimientos y todas las partes sujetas a esfuerzos, desgaste, fricción, etc.

e) Asimismo, es necesario que se coloquen letreros que indiquen las edades apropiadas para cada juego, o que prevengan de posibles riesgos.

- Es recomendable ofrecer al consumidor espectáculos en buenas condiciones de pintura, aseo, etc.
- Es necesario también reducir el ruido y otras formas de contaminación que afectan al vecindario.

Control y autocontrol publicitarios

Los ataques se multiplican: "La publicidad cuesta al consumidor", "La publicidad crea necesidades artificiales", "Incitando al consumo, la publicidad es factor de inflación", y muchas otras frases más, se escuchan por doquier.

Los publicistas lógicamente se defienden y argumentan. Sin embargo, y más allá de polémicas, resulta evidente que la publicidad es parte fundamental de la actividad económica y comercial; y que, por lo mismo, y dada su tremenda influencia, es necesario reglamentarla.

Por esa razón, los gobiernos de casi todos los países —y aún las mismas asociaciones relacionadas con la publicidad— se han preocupado de que los anuncios cumplan su cometido: informando más apropiadamente al público sobre el producto que presentan, cuidando que esta información no sea deformante sino, por lo contrario, educativa, o cuando menos veraz.

Por ejemplo, en Inglaterra, desde 1973 la Autoridad de Radiodifusión Independiente (Independent Broadcasting Authority) emitió una reglamentación especial, cuyos fines generales pueden resumirse en: a) evitar la publicidad engañosa; y b) revisar periódicamente las normas publicitarias, llegando incluso a prohibir anuncios.

Como principio general —señala dicha Autoridad—, la publicidad debe ser legal, decente, honesta y veraz, debiendo conservar una alta calidad. Asimismo, los mensajes publicitarios deberán realizarse con buen gusto y no atentar contra la moral pública.

Y previene: Ningún anuncio puede incluir mensajes subliminales, es decir, que influyan a los miembros de un auditorio, sin que éstos se den cuenta de ello.

El reglamento indica que los anuncios no deben, por ningún motivo, infundir temor o explotar la superstición. En cuanto a los medios electrónicos (radio y televisión), se apunta, también, que ningún mensaje debe ser estridente o ruidoso.

Las propiedades especiales o la calidad de los productos anunciados, así como la de sus ingredientes, deben ser comprobables. Igualmente, los puntos de comparación, cuando se establece ésta, deben estar basados en hechos que puedan ser respaldados y que no sean seleccionados engañosamente o, de forma tal, que confieran una ventaja sólo aparente para el anunciante.

Los trucos en los anuncios de televisión —como el uso de pantallas de vidrio o plástico para simular efectos de lustrado o brillantez en pisos y muebles —quedan definitivamente prohibidos. "La impresión del producto o sus efectos debe ser justa y razonable, y no conducir a engaño o error".

ANUNCIOS PROHIBIDOS.— La Autoridad de Radiodifusión Independiente establece: Se prohiben los anuncios de productos que tengan como propósito ocultar o desvanecer los efectos del alcohol; de agencias matrimoniales y clubes por correspondencia; de adivinadores y similares; de empresas relacionadas con entierros; de organizaciones, compañías o personas asociadas con apuestas; de cigarros puros; de agencias privadas de investigación, etcétera.

Al igual que nuestra Ley Federal de Protección al Consumidor, este reglamento prohibe la utilización de los términos "garantía", "garantizado", "certificación", "certificado" o similares, a menos que todo esto sea fácilmente comprobable por las autoridades; y estén al alcance del consumidor los términos en que dicha garantía fue concebida. (Debiendo aparecer esto por escrito cuando se trate de anuncios impresos).

Los anuncios que ofrecen cursos de instrucción, tanto de comercio como de materias que impliquen exámenes técnicos, no deben exagerar la oportunidad de empleo o remuneración; así como tampoco ofrecer grados no reconocidos oficialmente.

En relación a la publicidad de bebidas alcohólicas, el reglamento indica, entre otras cosas:

Los niños no pueden ser vistos o escuchados en los mensajes publicitarios de bebidas alcohólicas.

—Ninguna persona que aparezca en este tipo de anuncios debe aparentar ser menor de 25 años.

—Los anuncios no deben sugerir que la ingestión de bebidas alcohólicas es esencial para alcanzar el éxito y la aceptación social, o que rehusarse es signo de debilidad.

—Ningún anuncio de bebida alcohólica debe afirmar o sugerir que contribuye al éxito sexual.

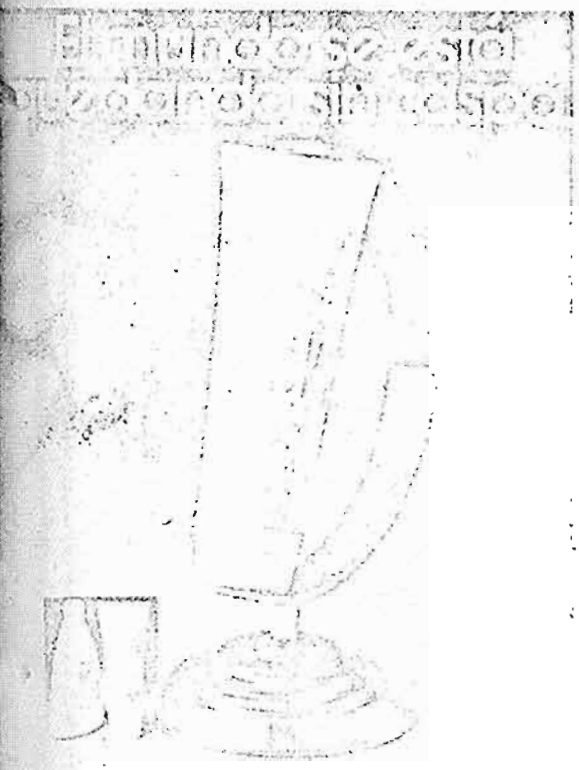
LA PUBLICIDAD PARA NIÑOS.- La mencionada Autoridad reglamenta también la publicidad destinada a los niños, o la que puede ser vista y escuchada por un gran número de ellos.

No podrá anunciarse —indica el reglamento—, cualquier bien o servicio que pueda dañarlos física, mental o moralmente; así como utilizar métodos publicitarios que se aprovechen de la credulidad y el sentimiento de lealtad naturales en los niños.

Y añade: Este tipo de anuncios no debe exhortarlos a comprar productos que no sean verdaderamente de su interés y que puedan pagar ellos mismos.

Tampoco se permiten los anuncios que conduzcan a los niños a creer que, si no obtienen el producto anunciado, serán inferiores o menospreciados.

En cuanto a la publicidad de juguetes, la regla general es que no sea en-



gañosa, ni abuse de la inmadurez e inexperiencia del menor. Por lo tanto, el verdadero tamaño del juguete debe ser fácilmente observable, comparándolo de preferencia con otros objetos.

Debe aclararse también si el juguete es mecánico o de operación manual. Cuando los anuncios muestren los resultados de un dibujo, construcción, manufactura o modelo de juguete, los resultados deben estar al alcance del niño y no debe ser exagerada la dificultad de armado.

Las caricaturas no deben recomendar expresamente el uso de productos y servicios de interés especial para los

La calidad de los productos anunciados, así como la de sus ingredientes, debe ser comprobable.

menores, salvo en los casos de dibujos animados creados exclusivamente para ello.

Los anuncios de juegos y juguetes deben indicar su precio. Cuando las partes y baterías no estén incluidas en él, debe aclararse. La minimización del costo mediante palabras como "sólo", "casi", etcétera, queda absolutamente prohibida.

Por razones de higiene dental, señala la Autoridad de Radiodifusión Independiente, los anuncios no deben estimular el consumo persistente de dulces y golosinas.

La publicidad de cigarros, bebidas alcohólicas, chocolates con licor, tabaco y cerillos, no debe transmitirse durante programas de radio y televisión destinados a los niños, o en intermedios inmediatamente anteriores o posteriores a su emisión.

Asimismo, el Acta de Niños y Jóvenes y el Acta de Educación, señalan que los anuncios no deben mostrar niños en situaciones que pongan en peligro su seguridad. Por ejemplo: atravesando descuidadamente la calle, subiendo acantilados peligrosos, etcétera.

AHORROS E INVERSIONES.- Por lo que respecta a la publicidad de este tipo, el reglamento señala: Deben estipularse clara y específicamente todos los datos concernientes al interés pagable sobre esas operaciones. Además, los cálculos de intereses no deben basarse en factores irregulares o prestarse a malentendidos.

Por razones de higiene dental, los anuncios no deben estimular el consumo persistente de dulces y golosinas.

PRODUCTOS Y SERVICIOS MEDICOS.- La Autoridad de Radiodifusión Independiente señala como inaceptables los anuncios que tengan relación específica con anticonceptivos (excepto en los servicios de planeación familiar oficiales u oficialmente patrocinados), productos para el tratamiento del alcoholismo, lentes de contacto, clínicas para el tratamiento del cabello y del cuero cabelludo, productos para el tratamiento de hemorroides, clínicas de adelgazamiento, servicios de pruebas de embarazo, hipnosis, hipnoterapia, psicología, psicoanálisis y psiquiatría.

También, quedan prohibidas las presentaciones de doctores, dentistas, cirujanos, veterinarios, farmacéuticos, químicos, enfermeros, etcétera, que recomienden el producto o servicio; que digan hacer uso de él, o den la impresión de asesoría profesional.

Por último, indican que ningún analgésico puede presentarse como calmante de la tensión, y que los anuncios no deberán, tampoco, hacer referencia a la depresión.

HACIA EL AUTOCONTROL PUBLICITARIO.- En numerosos países —principalmente de Europa—, las asociaciones de publicistas y anunciantes han establecido diversas formas de autocontrol.

Francia, por ejemplo, cuenta con uno de los sistemas de autocontrol más completos: el BVP (Bureau Verification publicité). Dicho sistema fue creado en 1953 y su participación es voluntaria y tripartita (anunciantes, agencias de publicidad y medios de comunicación masiva).

"La comisión consultiva del organismo pone en guardia a los anunciantes, sean o no miembros, cuando aparece una publicidad que pueda ser susceptible de rechazo por parte del público". (Revista Creatividad, Núm. 28, pag. 15).

Italia estableció su sistema de autocontrol en 1966. Al igual que en el caso anterior, el anunciante es avisado previamente cuando se juzga que su publicidad no está adecuada a las reglas del código.

En Estados Unidos, el sistema de autocontrol data de 1963, y si bien no hay un código único que cubra todos los renglones de la publicidad, sí existen códigos particulares (medicinas, licores, etcétera).

Otros países cuentan con sistemas de autocontrol. En Latinoamérica, Brasil y Venezuela ya han establecido códigos que autorregulen la publicidad.

EL CASO DE MEXICO.- En nuestro país no existe todavía el autocontrol publicitario. Sin embargo, la revista Creatividad —especializada en publicidad— ha insistido en la necesidad de establecer, por parte de anunciantes, medios y agencias publicitarias, un código que autorregule sus actividades.

En su editorial señala: "El autocontrol publicitario debe existir en una realidad que no podemos seguir eludiendo".

Los taxis: Conflicto sobre ruedas

Motivos del comportamiento de los choferes y forma en que se establecen las tarifas.

En relación con los taxis todos estamos seguros de una cosa: no son suficientes para satisfacer la gran demanda que existe en la llamada área metropolitana del Distrito Federal. Y por la necesidad que de ellos se tiene, los choferes abusan, fijan las condiciones del servicio, no obedecen los reglamentos y les importan un comino los apuros de los usuarios.

En la ciudad de México se cuenta con tres tipos de autos de alquiler: de sitio, de itinerario libre y peseros. Los primeros son aproximadamente 13 mil y están repartidos en 124 bases o sitios diseminados por toda la ciudad y ubicados principalmente en lugares concurridos, hoteles y centros turísticos. Algunos tienen radio, por lo que no requieren estar fijos en su base. Están pintados de coral y se pueden conseguir por teléfono.

Los taxis de itinerario libre circulan por todo el Distrito Federal sin apegarse a ninguna ruta o base. En 1976 funcionaban 16 mil 405 de ellos; 11 mil 219 eran de los llamados minitaxis.

En total existen más de 37 mil carros de alquiler en la ciudad de México y son de tres tipos diferentes.

Los de ruta o peseros, de recorrido fijo, pueden transportar hasta 6 personas. Suman 5 mil 116. Están repartidos en 31 rutas de la ciudad de México. Entre ellos funcionan los llamados de servicio colectivo especial (antes taxis tolerados). Son tres mil cinco automóviles con placas particulares, autorizados por la Dirección General de Policía y Tránsito para prestar servicio en rutas establecidas en la periferia.

En total existen más de 37 mil autos de alquiler en la ciudad de México.

¿Quiere placas para trabajar su propio taxi?

Para obtener placas de taxi es necesario cumplir con los siguientes requisitos: solicitarlas por escrito al Jefe del Departamento del Distrito Federal; presentar ante las autoridades el oficio de autorización de placas, la factura o carta-factura del automóvil que va a prestar el servicio, el tarjetón del Registro Federal de Automóviles, la licencia de chofer, el acta de nacimiento, la cartilla del Servicio Militar Nacional, antecedentes penales, dos cartas de recomendación y el certificado de instrucción primaria.

Teóricamente, con cumplir estos requisitos se tiene ya derecho a un juego de placas. El reglamento autoriza uno por persona. Se podrá así trabajar un automóvil propio. La realidad, sin embargo, es muy diferente. Se da el caso de individuos dueños de varios juegos —y por supuesto no son trabajadores del volante—. De este modo se burla completamente la intención de otorgarlas a quienes las trabajen personalmente.

Todo lo anterior acarrea una serie de conflictos que finalmente recaen en el usuario que soporta malos tratos, alteración de tarifas, negativa del servicio, etcétera.

¿Son justas las tarifas?

La Dirección General de Ingeniería de Tránsito y Transporte realizó estudios para calcular las tarifas del alquiler. Tomó en consideración factores que determinan los costos reales de la prestación del servicio en sus distintas modalidades, así como un porcentaje razonable de ingresos para cada unidad. Dichas tarifas, debidamente autorizadas son:

1. BANDERAZO..... $ 5.00
   Kilómetro recorrido..... 1.80
   El taxímetro está adaptado para el cobro por tiempo y distancia; cuando el carro se detiene marca automáticamente cada 18 segundos.
2. SERVICIO POR TIEMPO:
   La tarifa es a razón de..... $ 40.00 la hora
3. SERVICIO NOCTURNO:
   Se considera servicio nocturno de las 22:00 horas de un día a las 6:00 del siguiente y se cobrará una cuota adicional del 10% sobre lo que marque el taxímetro.
4. AREA CONSIDERADA:
   Se considera todo el perímetro del Distrito Federal como zona urbana para efectos de esta tarifa.

1. BANDERAZO..... $ 4.00
   Kilómetro recorrido..... 1.80
   El taxímetro está adaptado para el cobro por tiempo y distancia: cuando el taxi se detiene marca automáticamente cada 18 segundos.

2. SERVICIO POR TIEMPO:
   La tarifa es a razón
   de..... $40.00
   la hora

3. SERVICIO NOCTURNO:

   Se considera por servicio nocturno de las 22:00 horas de un día a las 6:00 horas del siguiente día y se cobrará una cuota adicional del 10% sobre lo que marque el taxímetro.

4. AREA CONSIDERADA:

   Se considera todo el perímetro del Distrito Federal como zona urbana para efecto de ésta tarifa.

NOTA: Queda autorizado cualquier elemento de la Dirección General de Policía y Tránsito, para sancionar y exigir el cumplimiento de la tarifa. La alteración de ésta se sancionará con multa de $ 1000 (Art. 6º del Reglamento para Servicio Público de pasajeros del D.F.). la reincidencia se sancionará con la cancelación del permiso respectivo.

Como se puede observar, ambas tarifas son parecidas y sólo varía el banderazo en un peso; sin embargo, los de sitio cobran cinco pesos adicionales por lo que llaman "derecho de apartado"; además de que el taxímetro empieza a funcionar desde el momento en que el carro abandona su base, o sea, antes de recoger al solicitante, lo que encarece aún más este servicio.

Como quedó establecido, el taxímetro está adaptado para cobrar por tiempo y distancia. Por cada kilómetro recorrido aumenta un peso ochenta centavos; por cada 18 segundos aumenta 20 centavos. Lo anterior, al decir de varios usuarios, da lugar a que algunos taxistas elijan, en ciertas circunstancias, las calles de mayor tránsito.

Las citadas tarifas tienen vigencia, pero como fueron establecidas hace relativamente poco tiempo (febrero de 1977) y obligan a modificar todos los taxímetros, todavía se encuentran autos con las anteriores y con permisos especiales para cobrar el doble de lo indicado. Se prevé que esta situación termine a finales de 1978, cuando todos los taxímetros hayan sido modificados y los taxis de itinerario libre y base fija estén pintados de blanco.

Los peseros

Los recorridos de los carros de alquiler de ruta fija son muy diferentes y oscilan entre 2 y 47 kilómetros. Sus tarifas varían de 2 a 15 pesos, de acuerdo con la distancia, y para fijarlas, la Dirección de Ingeniería de Tránsito y Transporte tiene como referencia el costo por kilómetro y el tiempo empleado en el recorrido. El estudio comprobó que las tarifas calculadas guardaban similitud con los precios en vigor.

Pero este cálculo es sólo para el usuario que aborda el pesero en el punto inicial y viaja hasta el final de la ruta. Quienes lo abordan o descienden en puntos intermedios, han de pagar lo que arbitrariamente fija el chofer.

Las tarifas fueron fijadas con el siguiente criterio:

- — Cuando la tarifa calculada resultó semejante a la que se encontraba en vigor, se conservó sin cambio alguno.
- — Cuando resultó inferior, se optó por conservar la que se encontraba en vigor, *en vista de que el público ya la había aceptado.*
- — Cuando resultó mayor, se propuso la nueva tarifa, de acuerdo con el cálculo.
- — Si el incremento resultaba excesivo, la nueva tarifa se fijaba agregando a la existente uno o dos pesos, de acuerdo con una estimación libre.

Afirmaciones de los taxistas

Por medio de una charla como la que se sostiene con cualquier chofer de taxi, se obtuvieron opiniones muy valiosas de los trabajadores del volante.

El chofer trabaja una jornada que varía entre 9 y 11 horas y obtiene ingresos que van de acuerdo con la temporada del año.

Por principio de cuentas quedó claro que *la mayoría de ellos no son dueños del vehículo;* su contrato con el propietario viene a ser un alquiler, por medio de una cantidad de dinero ("cuenta") que pagan diariamente al verdadero dueño del automóvil. El trabajador carga con los gastos menores de mantenimiento como gasolina, aceite, limpieza, ponchaduras y similares. El dueño con las reparaciones mayores.

La "cuenta" diaria oscila entre 130 y 200 pesos por turno de entre 8 y 11 horas en los automóviles de base fija. Entre 130 y 180 en los de itinerario libre y entre 180 y 200 en los de ruta. Los de base fija pagan, además, una pequeña cantidad semanal o quincenal como cuota para su base y el derecho al lugar.

El operador tiene una jornada de trabajo que varía entre 9 y 11 horas al día y obtiene un ingreso de 100 a 450 pesos, de acuerdo con la

temporada del año, del turno, etcétera.

De este modo, los dueños de varios carros de alquiler tienen bajo "contrato" un número proporcional de operadores *que no cuentan con ningún tipo de prestaciones sociales;* que se quedan sin ingresos cuando el taxi sufre alguna descompostura. En una palabra, están desamparados. Quizá esta sea la razón por la que los taxistas dan un servicio deficiente, abusan del usuario.

Ya que no es posible que se cumplan las disposiciones legales para que las placas sean de quienes en realidad las trabajan, sería necesario que los taxistas contaran con prestaciones sociales, jornada de 8 horas, servicio médico, aguinaldo, etcétera.

Para comer, los choferes cuentan con una hora determinada. Todos los vehículos llevan adherida a uno de sus cristales la hora autorizada. En caso de que se les sorprenda negándose a prestar servicio (bandera baja) fuera de horario, son multados con cantidades que van de 500 a mil pesos.

Cuando el taxi tiene que salir de los límites del DF, el servicio generalmente cuesta el doble de lo que marca el taxímetro, debido a que no hay permiso para recoger pasaje fuera de esos límites y regresa vacío.

Los taxis que entran al aeropuerto presentan un problema especial ya que pagan una cuota al salir del área; el operador, a su vez, reperente la misma en el usuario. Este servicio no esta debidamente reglamentado en cuanto a tarifas.

Por otra parte, de las 10 de la noche a las 6 de la mañana, los choferes están autorizados a cobrar un 10 por ciento adicional a lo que marca el taxímetro. Esta cuota especial generalmente aumenta, debido a que según sus propias palabras, el taxista tiene un alto riesgo en ese lapso. Por ello se considera justo cobrar un poco más.

Estas violaciones a las tarifas, en algunas ocasiones permiten también, según los propios taxistas, ganar en cuatro horas lo que se obtiene en una jornada diurna.

En cuanto a los taxis colectivos, no existen excepciones en lo estipulado en sus tarifas.

Los choferes de autos de ruta fija cobran arbitrariamente a los pasajeros de puntos intermedios.

¿Qué opinan los usuarios?

El usuario común prefiere el carro de itinerario libre y de estos taxis, una gran parte de los consumidores opta por el minitaxi, pues considera —tal vez debido al tamaño pequeño— que les van a cobrar menos. Les siguen en preferencia los colectivos (peseros) y por último, los de sitio, que tienen fama de ser los más careros.

Por otra parte, muchos entrevistados se quejaron de que en lugares y horas de escasa vigilancia, los choferes fijan a su antojo el costo del servicio. Además, la mayoría reconoció haberlo aceptado por desconocer las tarifas vigentes y el reglamento que las rige, así como por lo imperioso de la necesidad del servicio.

Los dueños de varios juegos de placas —y de automóviles— propician los conflictos cuyos efectos recaen en el usuario

En las centrales camioneras, los taxistas fijan de antemano en el triple o cuádruple el monto del viaje. Con el fin de remediar esa situación, las autoridades han colocado taquillas para adquirir boletos que dan derecho a ser transportado hasta determinada zona.

Muchos usuarios admitieron que no han querido presentar sus quejas aun cuando se dan cuenta del abuso, porque creen que solamente perderán el tiempo. Con esta actitud colaboran a que persistan las irregularidades, pues en la medida en que se presiona a las autoridades, éstas tendrán que buscar solución.

En cuanto a los peseros, el usuario opina que para evitar los abusos por transporte entre puntos intermedios, las autoridades deberían obligar a los taxistas a colocar letreros con las cuotas establecidas en lugares visibles.

Por último, la negativa de los taxistas a prestar servicio cuando tienen que atravesar zonas muy transitadas o desplazarse a puntos lejanos, podría solucionarse acudiendo a un agente de tránsito. Los usuarios declaran que no hacen esto para evitarse problemas, bien con el chofer, o bien con el agente mismo.

En el terreno de los hechos

Para comprobar lo dicho por taxistas y público no se encontró mejor solución que ocupar un taxi. En general se confirmaron las opiniones de unos y otros. Los resultados generales de las pruebas realizadas en distintas líneas y sitios de la ciudad resultaron reveladores.

En la ruta Central del Norte-Bellas Artes, las diferencias entre los precios de ida y vuelta son muy grandes. Los más altos corresponden a boletos comprados dentro de la terminal camionera, pero dan derecho a viajar a lo largo de un gran sector de la ciudad.

Solamente las grandes distancias y la incomodidad e irregularidad de los servicios masivos de transporte justifican el gasto de tomar un taxi individual. Si dicho servicio masivo de transporte fuera eficaz y cómodo, el problema de los taxis —y otros muchos— dejarían de serlo.

TIPOS DE TAXIS	ORIGEN	DESTINO	PRECIO DE IDA	PRECIO DE VUELTA	DIFERENCIA
	San Angel	Metro Insurg.	5.00	5.00	-
Colectivos					
	"	"	5.00	5.00	-
	"	"	26.80	25.00	1.80
Sitio					
	"	"	24.80	23.60	1.20
	"	"	22.60	23.80	1.20
Itinerario					
Libre	"	"	21.80	22.40	0.60
	Diana	Satélite	9.00	-	-
Colectivos					
	"	"	9.00	-	-
	"	"	57.20	-	-
Sitio					
	"	"	58.40	-	-
Itinerario	"	"	53.60	-	-
Libre	"	"	56.80	-	
	B. Artes	C. del Norte	-	-	-
Colectivos					
	"	"	-	-	-
	"	"	18.00	30.00	12.00
Sitio					
	"	"	20.00	30.00	10.00
Itinerario	"	"	19.00	19.60	1.60
Libre	"	"	20.00	19.20	1.00

Conclusiones

- La mayoría de los operadores de los taxis que circulan en la ciudad de México, no son propietarios de los mismos.
- Los choferes no cuentan con ninguna prestación social. Por otra parte, todo el tiempo que el vehículo permanece descompuesto, se quedan sin fuente de ingresos.
- Los verdaderamente beneficiados por este sistema son los propietarios de las flotillas de taxis.
- Según los operadores entrevistados, los permisos y las placas para automóviles de alquiler generalmente se conceden a personas influyentes o mediante el pago de varios miles de pesos.
- Las tarifas autorizadas por la Dirección General de Tránsito omiten algunos casos que se dan diariamente, como son los viajes fuera del Distrito Federal o al aeropuerto, originando abusos en perjuicio del público.
- Generalmente en el horario nocturno no se respeta la tarifa.
- En las centrales camioneras y en lugares poco transitados, las tarifas son violadas sistemáticamente por los operadores de vehículos de base fija y por los libres.
- La mayoría de los usuarios no protestan en estos casos debido a la imperiosa necesidad del servicio y a que no saben a quien presentar su queja o si se les tomará en cuenta.
- Los usuarios prefieren el servicio de minitaxis porque piensan que son más económicos.
- Los usuarios de los peseros no saben si se les cobra lo justo entre puntos intermedios, ya que la tarifa no dice nada al respecto.

Recomendaciones

A las autoridades

- Controlar estrechamente las placas de automóviles de alquiler con el objeto de otorgarlas unicamente a los verdaderos trabajadores del volante.
- Vigilar el cumplimiento de las tarifas vigentes, sobre todo en lugares y horas que se prestan para abusos.
- Estudiar una tarifa especial para los servicios que se prestan fuera del Distrito Federal y al aeropuerto. Para los peseros, establecer cuotas a los lugares intermedios.
- Estudiar la forma de que los choferes de taxis ajenos disfruten de las mínimas prestaciones de la ley.

A los usuarios

- Al abordar un taxi observe que el taxímetro marque correctamente el banderazo de 5 pesos para los de sitio y de 4 para los libres. Al final del viaje debe pagar lo que marque el taxímetro a excepción del horario nocturno —de 10 pm a 6 am— en el que se permite cobrar 10 por ciento adicional.
- No deje de quejarse de cualquier abuso, ya sea con el agente de tránsito o a los teléfonos destinados para el caso. Recuerde que sólo presionando a las autoridades se puede lograr un mejor servicio.

¿Es útil el colesterol o sólo una amenaza de trastornos circulatorios?

El colesterol es un compuesto parecido a las grasas, constituyente normal de la bilis y principal de los cálculos biliares. Es importante también como precursor de varias hormonas, como las sexuales y suprarrenales.

Puede ser sintetizado por el hígado y la pared intestinal. Se encuentra ampliamente distribuido en la naturaleza, especialmente en los tejidos animales, como en ciertas carnes y en la yema de los huevos.

De modo que, aun cuando ha sido asociado a la arterioesclerosis —enfermedad de los vasos sanguíneos— el colesterol está presente y es útil en las personas sanas.

Manual Práctico de Nutrición
S. Rodwell Williams

¿Se alteran los alimentos cuando se cuecen o conservan en recipientes de acero inoxidable?

Los utensilios de cocina como cacerolas, ollas o platones de acero inoxidable pueden utilizarse para cocer o conservar alimentos, a excepción de los preparados a base de vinagre. Dicho material se altera solamente por ciertos ácidos fuertes como el clorhídrico, que no se utiliza en cocina, pero podría presentarse incorporado como aditivo en ciertos productos alimenticios en conserva.

Por otra parte, los cuchillos de este material son poco más sensibles a la corrosión porque el acero inoxidable de que están hechos no contiene, para ser suficientemente duro, más que el 13 por ciento de cromo, mientras que los otros utensilios lo contienen de 17 a 18 por ciento.

¿Son de igual calidad todas las proteínas?

No. El requerimiento de proteína debe ser considerado precisamente basándose en la calidad y no simplemente en la cantidad.

Y esta calidad depende de los aminoácidos, elementos constituyentes de las proteínas, que se denominan *esenciales* o *no esenciales*, de acuerdo con dos factores: primero, si el cuerpo puede elaborar dicho aminoácido; y segundo, si el aminoácido es indispensable para el normal crecimiento y desarrollo.

Las proteínas de mejor calidad son, por lo tanto, aquellas que contienen en cantidades adecuadas los ocho aminoácidos esenciales para los adultos; y, en su caso, otros dos que sólo son esenciales para el crecimiento.

Manual Práctico de Nutrición
S. Rodwell Williams

¿Puede un fotógrafo profesional conservar los negativos de las fotos de sus clientes?

Sí. Legalmente, una fotografía se considera como una obra artística protegida por el derecho de autor. Como tal, pertenece al fotógrafo que no está, entonces, obligado a entregar los negativos.

Por lo contrario, el fotógrafo no tiene el derecho de hacer más copias de las ordenadas, ni de exponer las fotos en las vitrinas sin la autorización de los clientes, ya que esto podría atentar contra su vida privada.

¿Pierden calorías los alimentos congelados?

La pérdida de calorías supondría que las proteínas, grasas o hidratos de carbono sufren una modificación durante el proceso o el tiempo de congelación. Pero esto no sucede en realidad.

En cambio, se observa una ligera disminución en la cantidad de vitaminas.

¿Es legal que una persona permanezca incomunicada cuando es detenida por un delito cometido?

No. Durante la detención en ningún caso y por ningun motivo estarán incomunicadas las personas.

Dentro de las galeras existe un aparato telefónico a su disposición.

(Artículo 20, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Acuerdo del Procurador General de Justicia del Distrito Federal, del 3 al 7 de agosto de 1977)

¿Cómo pueden conservarse los discos en buen estado?

Es fácil: 1) Manténgalos siempre en su funda original. 2) Asígneles un lugar adecuado, colocándolos siempre en posición vertical, procurando que la parte abierta de la funda quede hacia adentro, para evitar que se introduzca polvo. (Jamás los coloque uno sobre otro; la presión, por pequeña que sea, daña los discos). 3) Antes de escucharlos, límpielos con una franela, una brocha nueva y suave para pintar o un cepillo limpia-discos. Hágalo de dentro hacia afuera. 4) Maneje los discos con precaución, tomándolos por las orillas; evite mancharlos con los dedos. 5) De preferencia no use el sistema automático del tocadiscos. Aunque cueste más trabajo es preferible ponerlos de uno en uno, ya que al girar una sobre otro se perjudica el de abajo. 6) Mantenga el equipo de sonido libre de polvo. 7) Recuerde siempre que un disco es un artículo delicado.

¿Qué come el mexicano?

De la entrevista hecha al doctor Adolfo Chávez, director de la División de Nutrición del Instituto Nacional de Nutrición, se desprenden varios puntos importantes:

1o. De acuerdo al sector social al que pertenecemos, los mexicanos seguimos una de tres dietas: la *indígena*, consumida por el 30 por ciento de la población; la *mestiza*, a la que es fiel el 50 por ciento, y la *excesiva*, seguida por el 20. Esta última causa obesidad y trastornos orgánicos.

2o. El desarrollo físico y mental del niño está ligado estrechamente a la nutrición.

3o. Los aditivos (como saborizantes y colorantes) que se utilizan en los alimentos industrializados, pueden provocar serios daños físicos.

4o. La utilización de muchos aditivos no se justifica si se toma en cuenta que la producción de frutas, café, cacao, etcétera, permite el uso de sabores y colores naturales a precios bajos.

5o. Los productos más dañinos, o en el peor de los casos, menos nutritivos, son los que reciben mayor publicidad.

A continuación presentamos a ustedes el texto íntegro de la entrevista con el doctor Chávez, quien ha dedicado buena parte de su labor profesional al estudio de los problemas de la alimentación del pueblo mexicano y a la forma de resolverlos.

La dieta indígena es tan deficiente que dificulta el crecimiento de los niños y provoca enfermedades, muchas de ellas graves.

Las dietas del mexicano

R. del C.: ¿Cuál es la dieta que sigue la mayoría de los mexicanos, tanto en las zonas rurales como en las grandes ciudades?

Dr. Chávez: No se puede hablar de una dieta generalizada. En realidad existen tres, que dependen del sector social en el que estén ubicados los habitantes.

El 30 por ciento de la población sigue la dieta indígena, ésta se compone en un 70 por ciento de tortillas, en un 20 de frijoles y en un 10 de pulque y otros alimentos.

Esta dieta, lógicamente es inadecuada. Produce un efecto de masa. Llena mucho, pero es defectuosa en calorías y le faltan vitaminas y proteínas. Los ingredientes de ella son producidos por quienes los consumen. Mejorarla de un modo efectivo, requeriría de mayores recursos económicos.

La dieta indígena, sobra decirlo, es tan deficiente que dificulta el crecimiento de los niños y provoca enfermedades, muchas de ellas graves.

En las zonas rurales, la madre que amamanta a su hijo, dada la precaria alimentación, sólo produce medio litro de leche, lo que imposibilita el desarrollo pleno del lactante. A veces éste toma, además de la poca leche materna, algo de atole de maíz y caldo de frijoles, ya que por la edad, apenas puede chupar la tortilla. Todo esto junto causa aguda desnutrición.

Lo doloroso del caso es que el desarrollo físico y mental está estrechamente ligado a la nutrición. Se han hecho pruebas con niños de diversos pueblos y se encontró que una alimentación adecuada genera un desarrollo correcto.

También resulta decepcionante saber que hay pueblos indígenas que producen más de cuatro mil calorías, pero sólo consumen dos mil, ya que quienes compran sus productos lo hacen a precios irrisorios y les dejan a los productores únicamente ingresos suficientes para subsistir.

R. del C.: ¿Y las otras dietas?

Dr. Chávez: Son la mestiza y la excesiva. La primera es seguida por el 50 por ciento de los mexicanos, y se basa en productos como el pan, las galletas, pastas, carne, leche, huevo, etcétera, sin excluir las tortillas y los frijoles.

También recurren a otra serie de productos derivados del azúcar, que reciben una gran publicidad por

Dr. Adolfo Chávez, director de la División de Nutrición del Instituto Nacional de Nutrición.

todos los medios de comunicación, aparte de los refrescos y las cervezas.

Este sector de los mexicanos muestra también un gusto especial por los productos grasosos, como los chicharrones, papas fritas y otros más, que producen muchas calorías, pero nada de nutrientes.

Un gran sector de la población muestra un gusto especial por los productos grasosos, como chicharrones y papas fritas, que producen muchas calorías pero nada de nutrientes.

Finalmente, tenemos la dieta excesiva, que es seguida por el 20 por ciento de los habitantes y que incluye gran variedad de alimentos, pero consumidos con exageración. Este régimen provoca obesidad, con los consiguientes trastornos para el organismo.

R. del C.: ¿Qué dieta recomendaría para las personas que comen con exceso?

Dr. Chávez: La que se conoce como dieta prudente y que consiste en:

- Media ración de productos animales, limitando la grasa, la sal, el colesterol y el comer demasiado.
- Una buena ración de frutas y verduras, lo que aumentaría la cantidad de fibra; las celulosas que tienen las verduras y los azúcares de moléculas de tamaño grande, tales como las raíces, los cereales y las leguminosas.
- Nada de pasteles y helados ricos en azúcares; ni bebidas alcohólicas, malas para las arterias.

De aditivos y esas cosas. . .

R. del C.: ¿Son inofensivos los aditivos que utilizan las industrias en la elaboración de alimentos?

Dr. Chávez: No. Muchos de ellos, sobre todo los saborizantes, pueden ocasionar a la larga, lo que se conoce como rompimiento de cromosomas. Con ello aumenta el riesgo de contraer cáncer, y aun producir malformaciones congénitas en la descendencia.

Algunas investigaciones que hemos realizado en el Instituto Nacional de Nutrición, han revelado que se usan aditivos en exceso (algunos productos utilizan hasta diecisiete diferentes, como colorantes, saborizantes, estabilizantes, conservadores, etcétera), cuando la ingestión de uno solo de ellos puede ser perjudicial.

R. del C.: ¿Qué posibilidades existen para impedir la utilización de tantos aditivos en algunos alimentos?

Dr. Chávez: Bueno, nosotros consideramos inadecuado el hecho de que se autorice la utilización de tantos aditivos, sobre todo porque sabemos que somos un país importante en la producción de frutas, lo que equivale a decir que se podrían usar sabores y colores naturales a precios bajos.

Es absurdo, creo yo, que siendo México gran productor de café y cacao, se utilicen sabores de café y chocolate artificiales. Como ejemplo tenemos esos pastelillos tan de moda, cuya ingestión no contribuye en lo más mínimo a la nutrición de la persona.

R. del C.: Ya que habla de esos productos, ¿qué opina de la publicidad que reciben?

"Es absurdo que siendo México gran productor de café y cacao, se utilicen sabores de café y chocolates artificiales"

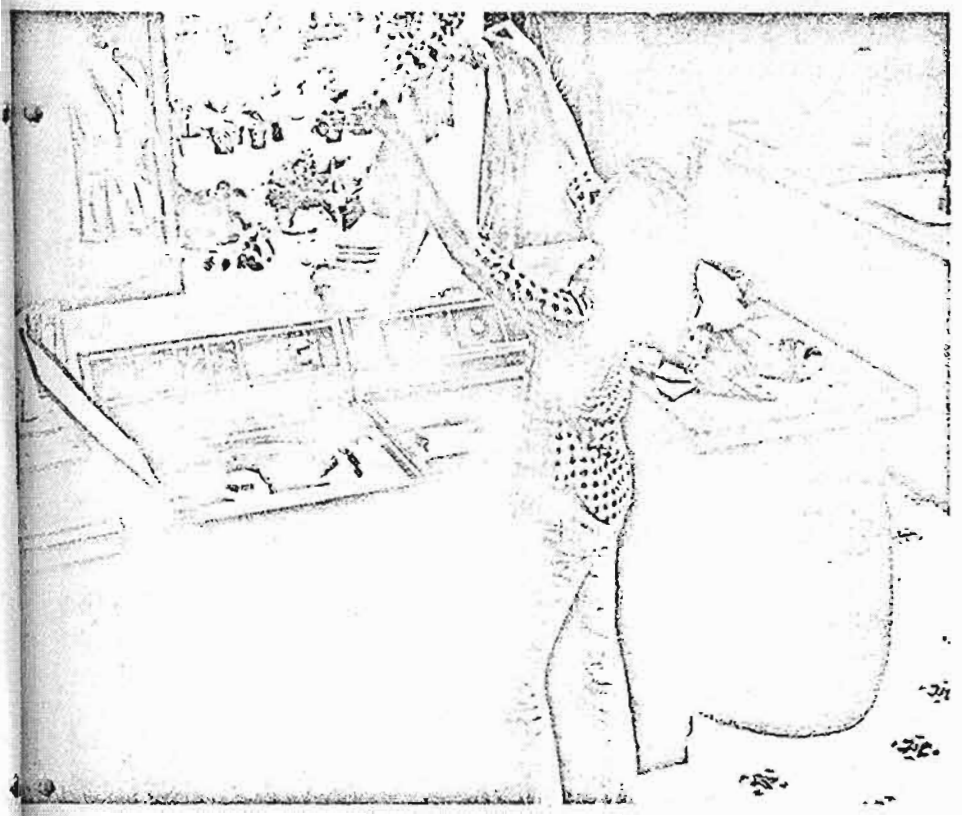
Dr. Chávez: Los productos más dañinos son a los que más publicidad hacen. Por eso las bebidas alcohólicas se encuentran en primer lugar en cuanto a inversión publicitaria. Luego le siguen los refrescos, que no son más que agua azucarada, aditivos y gas embotellado.

Las gaseosas, cuando se toman con exceso, pueden causar gastritis, ¡imagínese entonces lo que pasa cuando se les agrega alcohol para formar esa terrible combinación llamada "cuba libre"! ⊙

Estudio comparativo

Detergentes

Todos usamos los detergentes de manera inadecuada



A pesar del mensaje en esta foto, lo principal para lavar bien es el esfuerzo.

Un granulado de aspecto uniforme, desconocido hasta hace pocos años, ha invadido los hogares y ocupa un lugar preponderante en el renglón de la limpieza; es el detergente, de origen sintético, producto de la petroquímica. Su función consiste en separar las partículas de suciedad adheridas a un cuerpo y conservarlas en suspensión, evitando que se peguen nuevamente al objeto.

Un detergente, para ser eficaz, debe tener buenas características de "mojado"; capacidad para separar la suciedad y pasarla al líquido en que se encuentra disuelto. Esta propiedad se consigue mediante los llamados *agentes secuestrantes*, entre los que se encuentran los debatidos fosfatos, acusados por algunos de ser contaminantes del agua de ríos y mares.

Debe tener también, capacidad para dispersar la suciedad e impedir que se vuelva a depositar sobre la superficie limpia o que forme capas de nata.

Además de estas cualidades esenciales, algunos fabricantes les añaden otras por medio de la adición de ciertas sustancias blanqueadoras, que pueden ser tintes fluorescentes que emiten luz azul y evitan todo reflejo amarillento; así como perfume, que en realidad, sólo sirve para disimular el olor natural del detergente, que es bastante desagradable.

Otros añaden enzimas, cuya función es la de destruir algunas proteínas que forman la base de ciertas manchas comunes.

El problema de los detergentes se presenta principalmente porque la gran mayoría de los usuarios desconoce cuáles son los ingredientes y la forma en que operan en su acción limpiadora.

¿Por qué se dice que son contaminantes?

El abuso tan extendido de los detergentes ha sido señalado por numerosos observadores como causa importante de la contaminación de las aguas de ríos y mares.

Otros expertos opinan que la contaminación ocasionada por los fosfatos no es tan grave como la provocada por otros desechos industriales; aunque aceptan que a la larga sí resulta perjudicial por el largo tiempo que requieren para desaparecer; es decir, de biodegradarse. En todo caso, la perspectiva no es halagadora.

El fosfato forma una barrera que impide que el oxígeno penetre y cumpla su función normal. De este modo afecta a los seres vivos. Es un nutriente que al entrar en contacto con el agua, propicia el crecimiento de algas y otros seres microscópicos que tienden a formar natas en la superficie de los ríos.

El hecho no deja de causar estupor cuando nos enteramos de que es posible fabricar detergentes sin fosfatos, ingredientes espumantes que sólo cumplen una función psicológica en el consumidor, al asociar mentalmente la espuma con la efectividad de la limpieza.

¿Cuál es el detergente más económico?

Existe una gran diversidad de presentaciones, que se manifiestan en diferentes precios y pesos —incluso dentro de una misma marca lo que ocasiona que muchas veces la compra se realice de manera antieconómica. Son pocas las marcas que presentan paquetes de medio, uno o dos kilos, por ejemplo, para ayudar a una fácil identificación y cálculo a las amas de casa.

A esta dificultad se añade frecuentemente la de no encontrar el producto del tamaño que se

acostumbra comprar, obligándose al consumidor a adquirir cualquier otra presentación.

A este desorden se suma el de los precios. Por ejemplo, una marca tomada al azar, costaba veinticinco pesos en una tienda de abarrotes y veintisiete treinta en las tiendas de autoservicio. Un paquete de cuatrocientos gramos costaba seis treinta en tiendas de autoservicio, seis veinticinco en los mercados y cinco cincuenta en las de abarrotes; pero, por otra parte, en éstas que ofrecen los precios más bajos, el surtido y la disponibilidad eran muy precarios, en contraste con las tiendas de autoservicio que los tienen en grandes cantidades, y algunas en *oferta*.

La irregularidad en los precios se explica, en parte, por la falta de control de las autoridades y por la autorización de tal variedad de pesos, tratándose de un producto de consumo básico.

Finalmente, los resultados indicaron que los más baratos fueron el Axion, a uno cuarenta y los Rayo y Roma a uno cincuenta, por cada cien gramos. (Ver cuadro de resumen general).

Una manera de atraer consumidores, es crear diversidad de marcas y atribuirles características especiales, que no siempre son reales.

Todos usamos los detergentes en forma inadecuada

El Instituto Nacional de Consumidor realizó una investigación en la zona metropolitana de la ciudad de México, que comprendió trescientas familias de las cuales ciento sesenta y cinco pertenecían al estrato socioeconómico bajo, ciento once al medio y veinticuatro al alto.

Para empezar, prácticamente el 100 por ciento de las personas entrevistadas opinó que utilizan el detergente en polvo. Todas ellas lo destinan al lavado de ropa y trastes, y un 50 por ciento también los utiliza para limpiar ventanas, pisos, paredes y puertas. En los estratos altos, el 73 por ciento manifestó diversidad en la preferencia de marcas, según el uso que se le dá al producto. De esta manera, usan uno especial para lavadoras y otro para trastes. En el medio, un 68 por ciento afirmó establecer también esta diferencia; en cuanto al bajo, este porcentaje disminuye hasta el 49, que aún resulta elevado.

Se comprobó también, como resultado de la encuesta, que la gran mayoría de los consumidores desconoce la forma en que el detergente ejerce su acción limpiadora, y que las especificaciones de los empaques y la publicidad, no ayudan a esclarecer este punto, ya que la mayoría de ellos no señalan indicaciones en cuanto a cantidad por kilo de ropa, por ejemplo. Esto propicia el uso inadecuado, desperdicio y perjuicios para la salud. En realidad, el público sólo se deja guiar en el empleo de determinada marca, por la publicidad más que por una razón objetiva.

¿Cuál se vende más?

Para el lavado de ropa, en orden de preferencia, el estrato bajo utiliza: Ariel, Roma, Fab Limón y Rápido. El medio; Ariel, Fab Limón, Rápido y Roma. Y el alto, prefiere Bio Tex, Fab Limón, Rápido y Roma.

En cuanto al lavado de trastes, los consumidores del estrato bajo prefieren Roma y Axion, por gran margen. Los del medio, Axion y Roma, cambiando solamente el orden. Y en el alto, se repite la preferencia de los antes dichos, Axion y Roma.

En cuanto a la limpieza de pisos, ventanas, etcétera, la ventaja en los estratos bajo y medio es de Roma, decididamente; en cambio el alto prefiere Ariel.

En términos globales se deduce que la marca de preferencia para el lavado de ropa es Ariel; y para los trastes, Axion. Esto se atribuye en gran medida, a que ambas marcas reciben una mayor publicidad; además, ésta última se anuncia en su envoltura como detergente especial "Axion Lavatrastes".

Y para pisos, ventanas, etcétera, Roma supera ampliamente a todos los demás.

En vista de ser un dato muy importante la cantidad de detergente que se utiliza para cada caso, se preguntó a los entrevistados si tiene alguna preferencia especial.

Un mínimo, 8, 6 y 18 por ciento, aproximadamente, de las clases bajas, media y alta, respectivamente contestaron afirmativamente.

La mayoría de los consumidores opinó que no la necesitan. De tal magnitud es la falta de información, que se puede afirmar que el consumo excesivo se extiende a toda la población.

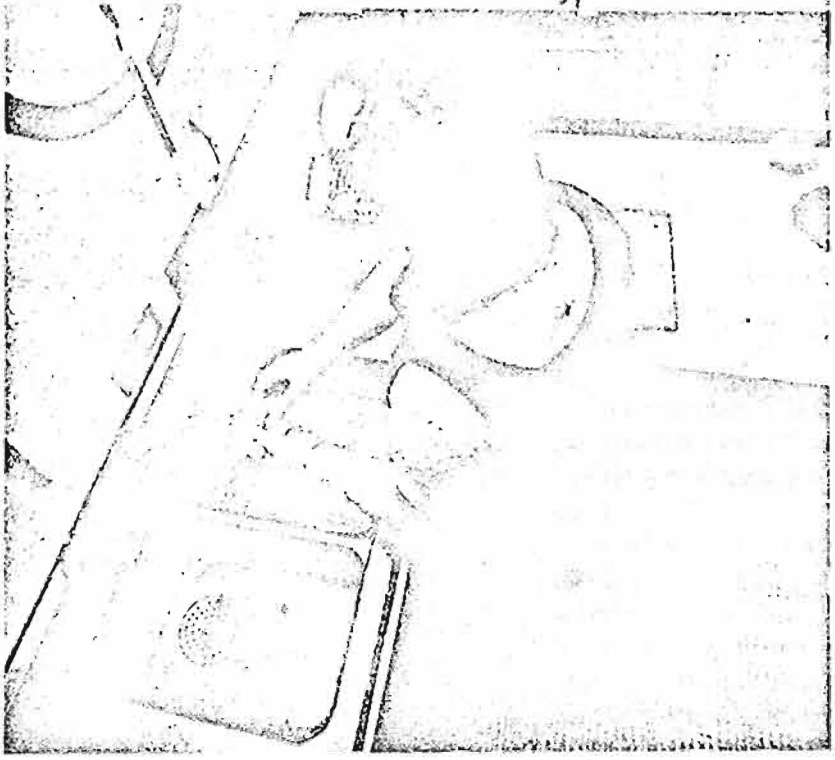
¿Son peligrosos para la salud?

El 86 por ciento de los entrevistados de todos los estratos sociales, manifestó tener problemas. La mayoría de los consumidores afectados ha sufrido excoriaciones, comezón, ardor, resequedad, irritación y ronchas, principalmente en las manos.

Otros encuestados acusaron irritación en las fosas nasales, aunque es de suponerse que se trata de personas hipersensibles, o de trabajadores que están en contacto constante con este tipo de producto.

En cuanto a la preferencia de los consumi-

Los fabricantes de detergentes libran una lucha intensa, en el campo de la publicidad, por el dominio del mercado.



¿Especial para los trastes? no señora, todos los detergentes sirven para lo mismo.

dores, se llegó a la conclusión de que es una cuestión puramente subjetiva, pues los mismos productos señalados como buenos por una parte de ellos, fueron acusados de malos por la otra. Lo que sí pudo ponerse en claro es que la popularidad que estos han alcanzado entre el público, ganándole la pelea a los jabones, se debe a la comodidad y facilidad de su uso, muy de acuerdo con la prisa que caracteriza la vida moderna.

Quejas de los consumidores

Algunos consumidores se quejaron de que las bolsas de plástico no son tan prácticas como parecen, pues resultan muy frágiles y se rompen fácilmente; al salirse el detergente, se desperdicia e impregna con su olor otros productos.

Al investigar esta anomalía, los investigadores del INC consideraron que es atribuible principalmente al trato incorrecto de los empaques, sobre todo por parte de los distribuidores y no de los fabricantes. También se comprobó que éstos incluyen el peso de la bolsa en el del producto, que representa de cinco a diez gramos por cada paquete.

En cuanto al empaque y la etiqueta, el aspecto sobresaliente es el de la publicidad, que excita a la compra por medios subjetivos y no orienta al consumidor en la forma de usar el producto, la cantidad que debe emplearse, etcétera.

El exceso en la cantidad empleada, afecta la salud de los usuarios, el medio ambiente y la economía familiar.

Publicidad de los detergentes

Puede decirse que todos hemos tenido la oportunidad de ver la publicidad televisiva de los detergentes. Estamos entonces, hablando de algo que conocemos por experiencia directa; no es ninguna novedad decir que tiende a manipular al consumidor, sin informar adecuadamente.

La estrategia del control de marcas que inclusive pertenecen a un mismo fabricante, pero que se anuncian como muy diferentes y para distintos usos aún cuando sean semejantes, lleva la confusión al consumidor y propicia los problemas del mal uso y del abuso.

El clásico vendedor que invade el lavadero y hace de cualquier cubeta una lavadora auto-

---

En una edición reciente la revista de consumo española Ciudadano, ofreció a sus lectores una serie de datos sobre detergentes que reproducimos por su interés.

Para ellos,

- Detergente es todo lo que limpia. El agua es, pues, detergente, aunque de resultados no muy eficaces. El jabón es el detergente tradicional, y se fabrica a base de grasas vegetales o animales. Lo que actualmente llamamos "detergentes" —dicen— son los "jabones en polvo" (por llamarlos de alguna manera), que pueden ser detergentes sintéticos, fabricados con grasas minerales (petróleo) o una combinación de jabón y sintético.

Agregan, además,

- La mayoría de los detergentes llevan blanqueadores (el más habitual es el perborato sódico). El efecto de éstos se incrementa con el lavado en agua caliente. A una temperatura inferior a los 48°C no habrá blanqueado, el nylon será afectado por el blanqueado a los 60°C, y el algodón y lino necesitarán temperaturas superiores a los 85°C. El blanqueado tiende a acortar la vida de la ropa, el daño aumenta con el lavado en máquina.
- Por su lado, continuan, las enzimas en los detergentes suprimen las manchas de transpiración, sangre, yema de huevo, chocolate, leche, etc. Son ineficaces en los casos de manchas de jugos de fruta, café, cerveza y vino. Actúan mejor a bajas temperaturas (menos de 48°C), por encima de los 60°C son inactivas.
- Los colores pueden dañarse si se lava a temperaturas superiores a los 60°C. Pueden también ser afectados por los blanqueadores ópticos y por el detergente no disuelto.

mática, para *comprobar* la bondad de su producto, en lugar de dar una explicación objetiva sobre su uso adecuado, atenta seriamente contra la salud y la economía del consumidor.

Sí, pero ¿cuál es el mejor detergente?

Para evaluar la eficacia de cada una de las once marcas en estudio, los investigadores cortaron once pedazos de tela cabeza de indio, nueva, de cuarenta y cinco por cuarenta y cinco centímetros. Se enjuagaron en agua fría después de una ligera tallada en el lavadero y se les puso a secar al sol. Ya secos, se procedió en espacios determinados a mancharlos con:

aceite quemado de automóvil 10 gotas
café instantáneo 10 gotas
yema cruda de huevo 1/4 cucharada sopera
lodo 1/4 cucharada sopera
tinta azul para sello 4 gotas
vino tinto 10 gotas
salsa de chile chipotle 1/4 cucharada sopera
sangre fresca de res 1/4 de cucharada

y se emplearon 7.5 gramos de detergente por cada litro de agua.

En primer lugar, se hizo una prueba de remojo en agua fría, en recipientes de dos litros de agua, dejándose por un lapso de doce horas para que diluyera. Después se sumergieron los trozos de tela, dejándose en reposo durante el mismo tiempo. Se sacaron y exprimieron, procediendo después a enjuagarlos ligeramente al chorro de agua fría. Se volvieron a exprimir y se dejaron secar.

Después se comparó el grado de desmanchado de cada trozo, a juicio de seis personas ajenas al estudio, expuesto a la luz del día y sin decirles qué detergente se había empleado. Por último, se clasificaron los resultados en una tabla preparada para el objeto.

La segunda prueba fue bastante similar, con la diferencia de que se usó agua a la temperatura de 45 grados centígrados.

La tercera se hizo con 12 litros de agua fría en una lavadora automática que funcionó por espacio de diez minutos.

La cuarta y última prueba fue semejante a la anterior, con la diferencia de que se usó agua a 45 grados.

En la primera prueba de remojo en agua fría, ¿quedó limpia la tela?

• Ariel. Las manchas de lodo y chile se extendieron un poco, la tela quedó suave pero con olor a mugre.

• Axion. Quedó ligeramente suave y blanca pero con leve olor a sucia. Las manchas no se expandieron.

• Bio Tex. También suave pero algo percudida y con ligerísimo olor a detergente, apenas perceptible.

• Doña Blanca. Las manchas de lodo y chile se extendieron ligeramente; la tela quedó ligeramente tiesa y percudida. No se percibió ningún aroma.

• Fab Limón. También ligeramente tiesa. La mancha de chile se extendió levemente, impregnando otras partes. No tenía olor perceptible.

• Lavomatic. Las manchas de lodo y chile se extendieron y ensuciaron otras partes de la tela, la cual quedó tiesa y con olor a ropa no bien lavada.

• Rápido. La suciedad no se extendió, el trapo quedó un poco tieso y no se percibió olor alguno.

• Rayo. El género quedó suave, oliendo suavemente a limpio; las manchas no se extendieron. Quedaron algunos grumos en el agua.

• Roma. La tela quedó ligeramente áspera y con aroma desagradable. Las manchas no se extendieron.

• Tepeyac. La mancha de tinta impregnó ligeramente otras partes de la tela, que adquirió suavidad y un olor algo desagradable.

• Viva. El género quedó ligeramente suave, pero con olor a muy usada, aunque no sucia.

Segunda prueba. La acción del agua caliente provocó un efecto más rápido, pero se observó que en lugar de quitar las manchas termina por fijarlas. El resultado mejora cuando se lava la tela inmediatamente después del remojo.

• Ariel. El género se percudió en el lugar en que se extendieron las manchas, quedando con ligero olor a huevo en mal estado, y un poco áspera.

• Axion. La mancha de tinta se extendió ligeramente, la textura del género fue suave pero quedó con ligero olor a detergente.

• Bio Tex. Quedaron partículas de sangre; la mancha de tinta se amplió pero no impregnó otras partes de la tela, que quedó suavemente percudida, áspera y con olor desagradable.

• Doña Blanca. Las manchas se expandieron mucho y la tela se percudió, además de quedar con bastantes partículas y olor desagradable.

• Fab Limón. Las manchas no se extendieron; la apariencia del género era blanco, algo suave, pero con olor molesto.

• Lavomatic. Las manchas de lodo, sangre y tinta se expandieron y percudieron la tela, que despedía olor desagradable.

• Rápido. La mancha de tinta se extendió, pero manchó poco; la de sangre, al expanderse, impregnó parte de la tela, quedando ésta percu-

dida en la zona afectada y oliendo a mugre concentrada.

• Rayo. La mancha de tinta fue la única que se extendió, pero no ensució mucho la tela que quedó suave pero oliendo ligeramente a mugre.

• Roma. La suciedad casi no se extendió; el género quedó ligeramente suave al tacto, con olor a ropa sucia y levemente percudida.

• Tepeyac. Quedó percudida en las partes en que se extendieron las manchas, ligeramente suave y con olor a huevo.

• Viva. En las zonas donde se extendieron las manchas se percudió el género, quedando con un olor ligeramente parecido a los alimentos en mal estado y un poco tiesa.

Tercera prueba. (Lavadó en agua fría)

• Ariel. La tela quedó blanca con excepción de las partes en que se aplicó la sangre, con olor a tela nueva y textura suave.

• Axion. Ligeramente percudida en los lugares en que se aplicaron café y sangre. Blanca, suave al tacto, sin restos de detergente, pero sí de yema de huevo, y olor muy tolerable a ropa nueva.

• Bio Tex. Quedaron rastros de yema de huevo y sangre aún después de dos enjuagadas. Estaba jabonosa y con capas de detergente.

• Doña Blanca. La tela quedó un poco percudida, suave y con restos de detergente, yema de huevo y sangre, aunque su olor no resultó desagradable. Después de una ligera sacudida, se desprendieron los restos del detergente dejando pequeños círculos blanquecinos en su lugar.

• Fab Limón. No limpió bien los lugares donde estaban las manchas de café y sangre. La tela tenía olor desagradable, textura blanda, sin restos de detergente, pero sí de yema de huevo.

• Lavomatic. Blanqueó un poco, no dejó partículas de detergente pero sí de yema de huevo. El género quedó suave y con olor agradable.

• Rápido. Blanqueó, no dejó partículas de alimento ni de detergente; pero la tela quedó ligeramente áspera y con olor a detergente.

• Rayo. Quedó impregnada con olor desagradable a mugre; también se observaron plastas del detergente, la tela jabonosa y con grumos de huevo y sangre.

• Tepeyac y Roma. A la vez que blanquearon la tela, no la dejaron tiesa ni con residuos de detergente; pero en cambio, aparecieron restos de yema de huevo impregnándola con su olor.

• Viva. El detergente quedó apelmazado en varias partes de la tela, dejando restos de huevo y sangre; pero a diferencia de los anteriores, no quedó olor desagradable en ella.

Cuarta prueba. (lavado en agua caliente).

• Ariel. La tela olía a usada, con apariencia blanca pero un poco percudida donde se le aplicó el café, el lodo y la sangre; también quedó ligeramente tiesa.

• Axion. Le quedaron partículas de sangre, un poco percudida en general, textura suave y olor ligeramente desagradable.

• Bio Tex. Ligeramente tiesa, percudida en las partes manchadas y con leve olor a ropa usada.

• Doña Blanca. La tela se percudió en los lugares con manchas y despidió un olor tolerable a ropa usada, pero limpia aunque ligeramente tiesa.

• Fab Limón. Percudida en el sitio de las manchas de café y de sangre. Muy blanca y sin olor.

• Rayo. Se encontraron capas de detergente que no se desprendieron, además de grumos de yema de huevo que se concentró en el sitio de las manchas pintándose del color de ellas y dejando olor a ropa sucia, además de quedar tiesa.

• Roma. Quedaron grumos de sangre y se percudió el sitio de la mancha; la tela estaba ligeramente blanda y con olor a sucio.

• Tepeyac. Dejó placas de detergente. La tela lucía algo blanca, pero el detergente se coloreó de las manchas, quedando más bien tiesa y con olor a detergente.

• Viva. Quedó blanca, percudida solamente en el lugar donde se aplicaron las manchas de café y sangre. Con textura blanda y olor a limpio, agradable.

Conclusiones

• Los detergentes en polvo de uso deméstico son considerados como productos indispensables en el hogar. Se han popularizado debido principalmente a la facilidad que ofrecen para su uso. Cada día aumenta la tendencia a emplearlos.

• Ninguno de los que se fabrican en México son rápidamente biodegradables, por lo que resultan contaminantes de las aguas de ríos, lagunas y mares.

• Los procesos de fabricación y las materias primas utilizadas son similares en todas las marcas y la única diferencia estriba en el color, perfume y otras propiedades no muy importantes.

• Algunos incluyen en sus fórmulas ingredientes con el único fin de aumentar la espectacularidad, como son los colorantes (granitos de colores) y espumantes; por otra parte, éstos en algunos casos, aumentan considerablemente el valor del producto.

• El hecho de que un detergente haga más espuma, no quiere decir que limpie mejor.

- La gran mayoría de los consumidores desconocen de dónde provienen, la forma en que actúan y los ingredientes que contienen, motivo por el cual resulta que no se emplean adecuadamente, sobre todo en cuanto a la cantidad mínima útil. Se genera entonces, un desperdicio que repercute desfavorablemente en el presupuesto familiar y en el medio acuático.

- Existe grave descontrol en la fijación de los precios. Los más altos se encontraron en las tiendas de autoservicio, y los más bajos en los mercados populares.

- La enorme variedad de pesos y tamaños originan confusión en el consumidor.

- La compra de una marca determinada de detergente, se orienta fundamentalmente por la publicidad y no por razones objetivas.

- La publicidad de estos productos es, en la mayoría de los casos, tendenciosa y deformante. En lugar de orientar, confunde y manipula.

- Generalmente los detergentes no causan problemas graves de salud, pero pueden llegar a producir resequedad, irritación y erupciones en la piel, cuando se está en contacto con ellos por largo periodos y no se toman las precauciones adecuadas.

- También actúan en forma distinta si el agua es caliente o fría.

- Las diferencias de efectividad entre los distintos productos, no son muy notables.

- Las normas de calidad que rigen la fabricación de los detergentes son poco estrictas, por lo que es difícil determinar su calidad.

Recomendaciones

A las autoridades

Tomar las medidas pertinentes para normalizar los pesos y los precios de los detergentes.

Que los empaques señalen los ingredientes, para que el consumidor logre distinguir los elementos que puedan ocasionar alergias y otras problemas.

Controlar eficazmente la publicidad de los detergentes, para evitar mensajes falsos y deformantes que desorienten al público.

Estudiar la posibilidad de fabricar en el país, ingredientes rápidamente biodegradables para evitar una mayor contaminación de las aguas.

A los consumidores

Para evitar resequedad o irritación en las manos a causa del contacto directo con el detergente, utilice guantes de hule o vinil; y si éstos a su vez, le produjeran algún daño, póngase antes otros de algodón.

Enjuague perfectamente la ropa y trastos después de lavarlos con detergente, para evitar posibles daños en la piel, o la ingestión de residuos que podrían resultar peligrosos.

No utilice blanqueadores o cloro junto con los detergentes porque éstos pierden efectividad.

Remoje la ropa previamente al lavado; si acostumbra hacerlo con agua fría puede ser prolongado; si la emplea caliente, no la deje más de cuatro horas ya que al parecer, si se prolonga por más tiempo, la mugre se impregna en las telas.

No es necesario tirar el agua del remojo; si usted comprueba que aún está jabonosa, puede servirle para el lavado.

Determine la cantidad mínima que requiera para realizar su lavado. En esta forma, economizará y reducirá la contaminación.

Usted puede almacenar detergente en un lugar seco. Aproveche las ofertas y evite hacer compras desventajosas.

Disuelva completamente el detergente. Si quedan grumos, se desperdicia y atenta contra su salud.

Cuando realice su limpieza:

Vacíe la cantidad mínima útil en un recipiente.

Agregue el agua necesaria.

Agite enérgicamente con una cuchara, hasta que se disuelva completamente; que no queden grumos.

Compruebe con la mano si la solución es jabonosa; así sabrá si usó la cantidad adecuada.

A los fabricantes

Orientar a los consumidores con información objetiva, para erradicar los hábitos incorrectos de consumo.

Terminar con la publicidad falsa, tendenciosa y deformante.

Controlar los precios fijados por los distribuidores para evitar abusos.

Poner claramente en las etiquetas, el nombre de los ingredientes principales, las medidas de precaución y destacar el contenido neto del producto.

CUADRO COMPARATIVO DE DETERGENTES

	PRODUCTOS	ARIEL	AXION	BIO-TEX	DOÑA BLANCA
	FABRICANTE	PROCTER & GAMBLE DE MEXICO S.A. DE C.V.	COLGATE PALMOLIVE S.A.	DETERSOL S.A.	LA CORONA S.A.
	PESO NETO MARCADO (GRAMOS)	1000	800	400	1000
(1)	PESO NETO PROMEDIO (SIN BOLSA)	987.33	842.3	389.5	1014.3
(2)	PRECIO PROMEDIO $	19.80	11.75	8.80	15.25
(3) (4)	PRECIO PROMEDIO $ (POR 100 GRAMOS)	1.98	1.40	2.25	1.55
EFECTIVIDAD	PRUEBA DE REMOJO (AGUA FRIA)	Regular	Bueno	Bueno	Regular
	PRUEBA DE REMOJO (AGUA CALIENTE)	Bueno	Bueno	Regular	Regular
	PRUEBA DE LAVADO (AGUA FRIA)	Bueno	Bueno	Regular	Bueno
	PRUEBA DE LAVADO (AGUA CALIENTE)	Regular	Bueno	Regular	Regular
	INFORMACION EN LAS ENVOLTURAS	Restringida	Insuficiente	Restringida	Insuficiente

(1). Promedio del peso de 6 muestras de cada una de las 11 marcas estudiadas.

(2). Promedio de los precios de las 6 bolsas de cada marca, adquiridas en diferentes lugares.

(3). Para obtener el precio promedio por cien gramos, se utilizaron las cifras promedios de peso y precio citadas.

(4). Para el caso del detergente Ariel solo se tomaron 3 muestras por deficiencia en el surtido.

EN POLVO (resumen general)

FAB LIMON	LAVOMATIC	RAPIDO	RAYO	ROMA	TEPEYAC	VIVA FUERZA FRIA
COLGATE PALMOLIVE S.A.	COLGATE PALMOLIVE S.A.	PROCTER & GAMBLE DE MEXICO S.A. DE C.V.	DETERSOL S.A.	LA CORONA S.A.	LA CORONA S.A.	COLGATE PALMOLIVE S.A.
930	1085	775	1000	1000	500	735
898.3	1070.1	788.5	991.1	998.9	495.3	725.3
17.30	20.30	13.70	15.25	15.25	8.35	13.75
1.90	1.85	1.75	1.50	1.50	1.70	1.90
Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno
Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno
Insuficiente	Suficiente	Insuficiente	Insuficiente	Insuficiente	Insuficiente	Restringida

La comida mexicana prehispánica

Diversos expertos en nutrición y dietética señalan la riqueza y variedad de las comidas autóctonas

"La talla elevada de los aztecas, su complexión robusta,y su naturaleza belicosa y conquistadora, puede explicarse por el empleo que hacían de regímenes de alimentación mixta, con proteínas extraordinariamente ricas en aminoácidos esenciales, como no se encuentran en los alimentos de consumo actual, inferiores en valor nutritivo a los alimentos autóctonos de origen animal", dice el doctor José Quintín Olascoaga, especialista en dietética,y autor de varios libros sobre el tema.

Frecuentemente se acusa a la actual comida mexicana —y con toda razón— de ser rica en azúcares, almidones y grasas, pero pobre en proteínas. Con sólo tortillas, frijoles, chile, pulque y aguardiente —se afirma— no es posible estar bien alimentado.

Pero,en cambio, al revisar los platillos mexicanos —no españoles ni mestizos, sino autóctonos— se llega a la conclusión de que nutricionalmente son excelentes.

¿A qué se debió este cambio tan radical en la alimentación?.

Son numerosos los factores responsables: la invasión de costumbres extrañas, de bebidas sofisticadas y golosinas; la degeneración de las condiciones ecológicas de muchas zonas anteriormente ricas en vida vegetal y animal, etcétera.

Comida rica y variada

Al consultar diversos documentos, recabar opiniones de expertos, y recoger datos en distintos estados de la República, sorprende comprobar la riqueza y el contenido proteínico de la comida autóctona, cuyos platillos habituales incluían alimentos tan disímiles como los chapulines y los zorrillos; los ajolotes y los huevecillos del mosco del tule o axaxayácatl.

Ni hablar de la foca o el manatí, por ser demasiado regionales; o del pescado, cuya enorme variedad haría necesario todo un tratado.

En cuanto a verduras, leguminosas, bulbos y frutas, tan sólo se mencionan unos cuantos —los más socorridos— dado que no sería posible incluirlos todos en el espacio de unas páginas.

Primero, la proteína

Las proteínas son los componentes básicos de los tejidos orgánicos (nervioso, muscular, etcétera). Por ello tiene particular importancia el abastecerse suficientemente de ellas.

Un alimento popular entre los habitantes del Valle de México era el axaxayácatl o mosco lacustre desecado, que contiene aproximadamente 54 gramos de proteínas por cada 100 de peso total, únicamente 6 de grasa y 48 miligramos de hierro. A propósito, señala Quintín Olascoaga, las proteínas de este alimento proveen grandes cantidades de aminoácidos esenciales y de las vitaminas del grupo B; su valor dietético reside principalmente en su extraordinaria riqueza en riboflavina, ya que con sólo 100 gramos cubre el requerimiento normal de esta vitamina, tan escasa en la mayor parte de los alimentos ordinarios.

Los huevecillos del axaxayácatl, conocidos como ahuautle, aún se pueden comprar en Texcoco y en el mercado de Xochimilco.

Su sabor es exquisito, y su calidad alimenticia es muy alta también. Algunos nutriólogos lo llaman "el caviar mexicano": contiene 64 gramos de proteínas, 3 de grasa y 2 miligramos de ácido nicotínico por cada 100 gramos de peso bruto. Esta cantidad cubre los requerimientos diarios de 9 de los aminoácidos esenciales, y sólo haría falta completar la porción de metionina.

Por otra parte, los humildes charalitos —charare o charari de los purépechas— contienen 75 gramos de proteínas por cada 100 de peso bruto; proveen todos los aminoácidos esenciales y sólo 4 gramos de grasa. Además contiene hierro, calcio y fósforo. Al respecto, es útil hacer una comparación con el contenido de proteínas de la carne de res, que es de 20 gramos por cada

Los huevecillos de axaxayácatl, considerados por algunos nutriólogos como "el caviar mexicano," se pueden comprar en Texcoco y el mercado de Xochimilco.

100 gramos de charales son suficientes para cubrir las necesidades de proteínas, calcio, fósforo y hierro, de un adulto.

100 de peso bruto. El doctor Quintín Olascoaga afirma que 100 gramos de charales son suficientes para cubrir las necesidades de proteínas, calcio, fósforo y hierro, de un adulto.

Jumiles, acociles y gusanos de maguey

Los jumiles son pequeños insectos hemípteros chupadores (*Enchistas Crenatas*) que se comen tostados o vivos, en taco. Contienen 32 gramos de proteínas y 34 de grasa —aproximadamente la misma proporción de la leche pura— por cada 100 gramos.

Los acociles, pequeños camarones de agua dulce (Cammarus Montezumae) son algo inferiores en calidad alimenticia al camarón de mar, excepto en calcio, que el acocil contiene en mayor cantidad.

Los gusanos de maguey; el chilocuil o gusano rojo, y el más apreciado gusano blanco o tecol (*Bombix Agavis*), contienen cantidades de proteínas y grasas semejantes a las carnes frescas de uso común.

Las verduras, mientras más verdes, más ricas en vitaminas.

La riqueza y la variedad de los vegetales del campo mexicano, que los antiguos sabían aprovechar ampliamente, hoy son desaprovechados por la mayoría, sobre todo por la población citadina.

Entre los más conocidos, el nopal, el pápalo quelite, el quelite y los quintoniles, tienen las mejores características alimenticias, según la nutrióloga Guadalupe Quintanilla Garizurieta. También menciona en este renglón a las calabacitas y al chayote.

Entre las frutas, la abundante guayaba tiene uno de los más altos contenidos de vitamina C

Entre las frutas, la abundante guayaba —como se dijo antes— tiene uno de los más altos contenidos de Vitamina C.

	Nopalitos	Quelite cenizo	Papaloquelite	Huauzontle	Chaya
Calorías	27	29	17	60	57
Proteínas	1.7 gr	4.8	1.8	4.6	7.2
Grasas	0.3	0.4	0.3	0.7	1.9
Carbohidratos	5.6	4.0	2.9	12.1	6.7
Calcio	93 mg	150	361	163	324
Hierro	1.47 mg	3.57	2.35	6.09	8.62
Tiamina	0.03 mg	0.15	0.08	0.20	0.24
Riboflavina	0.06 mg	0.19	0.20	0.31	0.35
Niacina	0.03	0.9	0.30	0.5	1.6
Acido ascórbico	8 m g	40	19	45	235
Retinol	41.1 mcg	927.8	128.8	252.2	946.6

Compare usted ahora las cantidades de vitaminas y minerales de estos vegetales, así como sus precios, con el polivitamínico en cápsulas o jarabe que alguna vez haya adquirido.

"Los habitantes de México estaban mejor alimentados antes: "entonces no había colorantes ni saborizantes artificiales"

Los especialistas Mercedes Hernández, Adolfo Chávez y Héctor Bourges, autores de varios trabajos sobre el tema, proporcionan las siguientes cifras.

Miguel Cruz López, experto en cocina oaxaqueña del restaurante Acalli, opina que "lo que hoy se vende, con el pretexto de ser extranjero, es el robo del siglo. No se justifica el costo tan elevado de ciertos platillos. Aquí en Tláhuac, por ejemplo, usted puede comer hongos tan sabrosos y nutritivos como los más finos champiñones, sólo que muchísimo más baratos. . ."

El profesor Juan Ruiz opina que los habitantes de México estaban mejor alimentados antes. "Entonces no había colorantes ni saborizantes artificiales y —dice refiriéndose a quienes vivían alrededor de los lagos que entonces existían en el Valle de Anáhuac— se comía tanto pescado, en tan variados guisos con vegetales verdes, que tenían una alimentación muy bien balanceada.

Eulalio Ibáñez L., estudioso de la cultura prehispánica de las regiones de Chalco, Tláhuac, Xochimilco y México, indica que en ellas se comía, hasta hace pocos años, una gran variedad de animalitos y plantas lacuestres, las cuales hicieron posible la vida en estos lugares desde tiempos remotos.

No aprovechamos la riqueza del campo

"En México —dice Ina Naranjo, experta en comidas cubana y mexicana— existe una gran variedad de alimentos vegetales y animales que simplemente no se encuentran en otros países, y al decir esto no descubro nada nuevo. Esta es una zona privilegiada del planeta, además de la forma tan exquisita en que se preparan los guisos".

De la comida maya nos habla Humberto Dzib Cardoso: "En el sur y sureste del país, tenemos la chaya, cuya hoja es muy rica en proteínas, tal vez por eso se exporta actualmente al extranjero". Entre las frutas: coloc, huaya, chicozapote, cocoyol, caimito, canisté, zaramuyo, piñuelas, tauch o zapote negro, varias especies de mangos, plátano manzano, etcétera.

La chaya, cuya hoja es muy rica en proteínas, se exporta a varios países del mundo.

Lamentablemente, muchos de los alimentos favoritos de los antiguos mexicanos han desaparecido a causa del avance del cemento, del smog y de los desperdicios de las industrias; pero todavía es posible obtener algunos de ellos con cierta facilidad y bajo costo. ❹

GRAFOMANÍA: CARAM
MONOGRAFÍA: dztb

¡CONSUMMATUM est!

RECETARIO

Como un servicio a las amas de casa que ignoran cómo preparar ricas viandas con poco dinero, les proporcionamos esta receta para hacer un sabroso coctel de camarones a la marinera, con unos cuantos centavos. ¿Increíble, verdad? Pero es cierto, rigurosamente cierto.

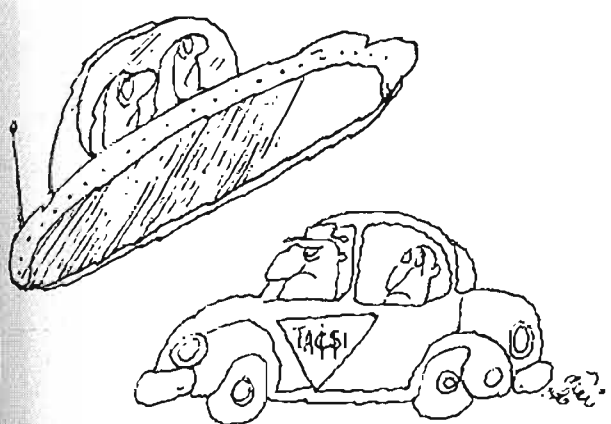
Por supuesto, este platillo no lleva camarones, ya que, hoy por hoy, cuestan $300.00 el kilo de los grandes. Pero no hay problema. Es posible hacer un coctel de camarones sin camarones. Anoten, sufridas esposas:

Piquen aguacate, cebolla, jitomate y chile verde y pongan todo eso en una copa, a la que deberá agregarse salsa de tomate y picante. Después, recorten corazón de palmito, que tiene la consistencia del camarón, en forma del crustáceo, y rellenen la copa con cuantos pedazos de camarón sintético deseen.

¡Y listo! El resto es cosa de un poco de imaginación.

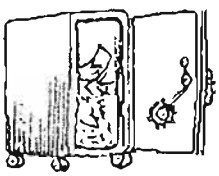
estratosféricos

Si el "banderazo" en el "taxi espacial" va a costar lo mismo que el de los taxis de la Ciudad de México, ¡pobres cosmonautas!



reflexiÓn mínima.

Al igual que los accidentes,
los fraudes no nacen,
se hacen.



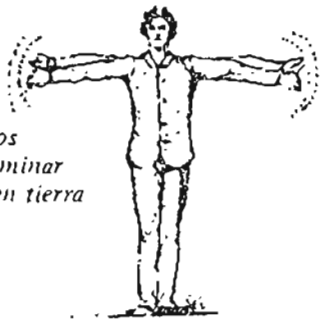
Cartelera del Consumidor

¡CÓMO VOLAR!

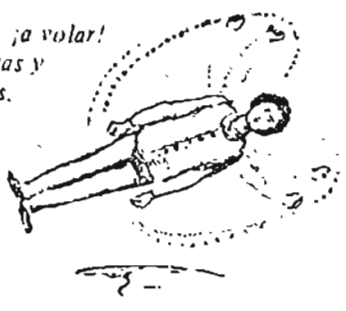
Desde tiempos remotísimos el hombre ha tratado de desafiar la ley de gravedad ufanándose por volar, lo cual le produjo graves consecuencias Cuántos seres dejaron el encéfalo en tierra por el vano intento de desplazarse por los aires.
Ahora la cosa cambia, la cibernética, la dianética y la tecnología están en pleno auge, por lo que presentamos a Uds. nuestro fácil método para surcar la estratósfera sin costo alguno. . . comenzamos.

Situarse en esta posición y concentrar los pensamientos en la triste realidad que nos rodea.

Ir acelerando poco a poco, sin prisas, pero sin pausas, hasta notar que los brazos se mueven sin esuferzo alguno.



Una vez concentrados, mover los brazos con suavidad a fin de eliminar los lógicos deseos de quedarse en tierra



Dar un pequeño impulso y... ¡a volar! Como los precios, como tantas y tantas ilusiones quebrantadas.

No deje este manual al alcance de los niños.
Podrían escaparsele volando.

Doctora hígado

PREGUNTA: Estoy en un terrible dilema, Doctora Hígado. Soy secretaria de una empresa desde hace 43 años, y el dueño, un joven de 32 años, no cesa de hacerme insinuaciones indecorosas. Yo tengo 63 años, pues desde los 20 años de edad entré a trabajar en esa oficina con el abuelo del actual jefe.

Cuando mi jefe me pide un bolígrafo, me roza, como por descuido, la punta de la uña del dedo meñique. Pretextando, seguramente, que se lo endulzaré con mi mirada. Y, cuando me habla, me ve directamente a los ojos, sin duda, para adivinar, a través de los gruesos cristales de mis anteojos, qué estoy pensando acerca de él. ¿Qué me aconseja?

RESPUESTA: Que renuncie inmediatamente, para que se le quite a su jefe lo libidinoso.

Diálogo amoroso

Más barato por docena

Comprar al por mayor, en compañía de amigos o vecinos, es la solución que algunos han aplicado para "estirar" sus ingresos.

En épocas de carestía e inflación, los individuos, las familias, e incluso las pequeñas negociaciones, agudizan su ingenio para estirar su presupuesto y obtener más por su dinero. La forma varía según la situación, recursos e inteligencia de cada quien.

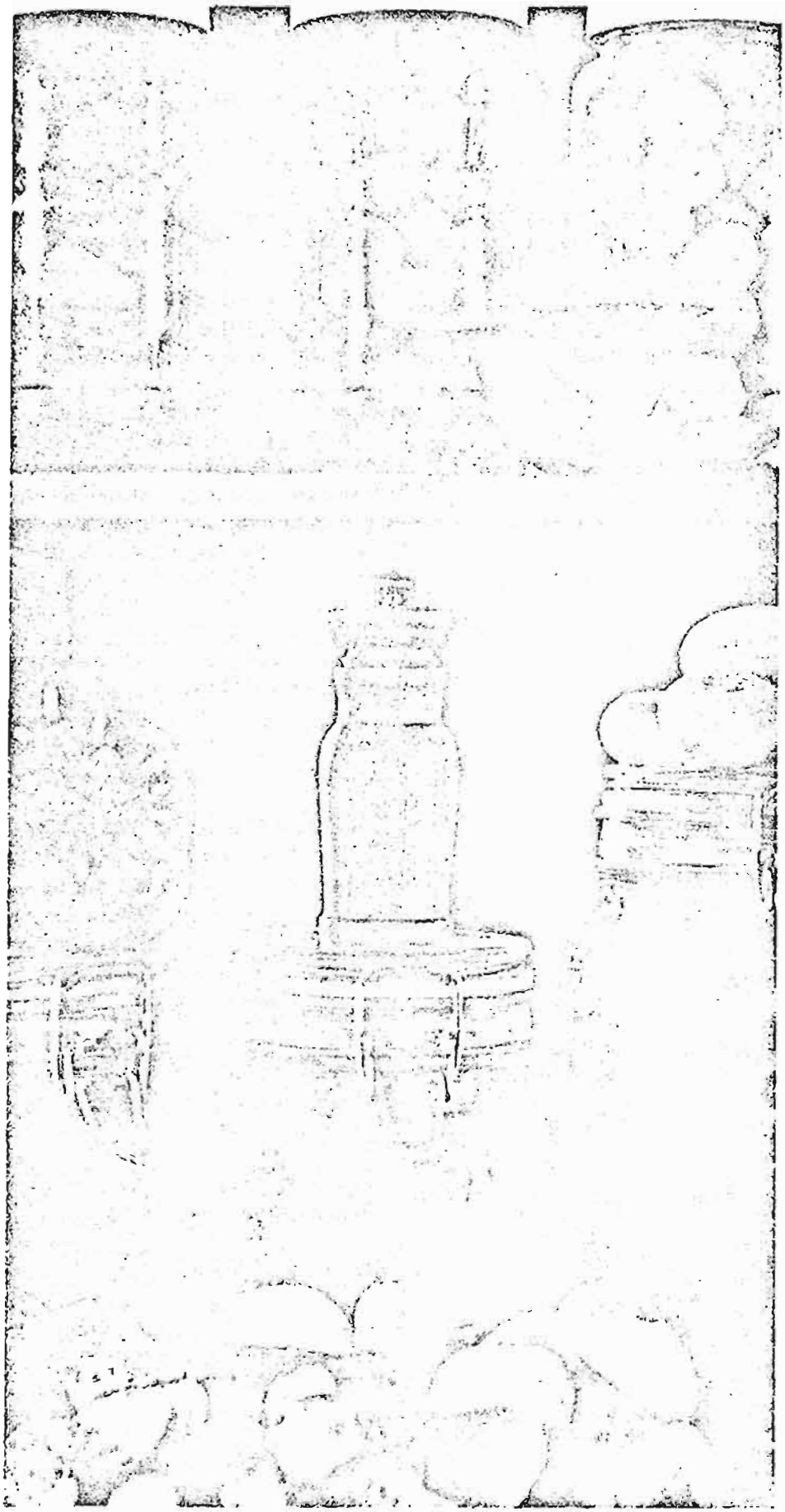
Una de las modalidades que se vienen difundiendo últimamente, y con gran éxito, es la compra de los productos de mayor consumo, directamente al mayoreo, para evitar intermediarios y obtener una sustancial reducción en los precios.

¡Bien! —se dirá el lector— pero, ¿qué voy a hacer con una caja de cuarenta y ocho latas de sardinas o una bolsa de ochenta kilos de frijoles? La respuesta es sencilla y los resultados han ahorrado buen dinero a quienes la han puesto en práctica: comprar conjuntamente con otras personas o familias, compañeros de trabajo, de escuela, parientes cercanos, vecinos, etcétera.

Ocho jóvenes emprendedores están practicando, desde hace varios meses, el divertido juego de comprar en las tiendas al por mayor.

Reglas y ventajas

Varios jóvenes emprendedores, empleados de un banco de la ciudad de México, están practicando, desde hace varios meses, este divertido juego de comprar en las tiendas al por mayor. Lo mismo ocurre con cinco vecinos de



Muchos de los envases modernos no permiten al público pensar en las medidas tradicionales.

un condominio en la colonia Escandón. Se podrían mencionar otros ejemplos, pero lo más interesante es explicar sus reglas y las ventajas que se obtienen.

La condición esencial es que varias personas —cuantas más sean, mejor— se pongan de acuerdo en particular.

Las bases serán de igualdad y reciprocidad, para evitar cuentas difíciles y complicaciones administrativas.

El segundo paso consiste en elaborar una lista de necesidades basada en los productos de mayor consumo de todos los socios: alimentos, bebidas, conservas, artículos de limpieza, librería, perfumería y otros.

Lo importante no es hacer una lista larga, sino bien ajustada y a satisfacción de todos. Si alguno de los participantes está acostumbrado a usar una determinada pasta dentífrica y no accede a cambiarla por otra, es preferible retirar el producto de la lista. En todo caso, con una pequeña complicación adicional, puede optarse por excluir al socio de este renglón, sin perjuicio de que los restantes miembros se pongan de acuerdo sobre determinada marca.

El siguiente paso es de investigación pura. Consiste en sentarse al teléfono y averiguar dónde se encuentran las tiendas que venden al mayoreo los productos seleccionados (por "caja cerrada", como se dice en la rutina comercial). Después se averiguan los precios de cada artículo, si se concede descuento, si hay crédito, si lo entregan a domicilio o existe alguna ventaja adicional.

La condición para que el mecanismo funcione, es que los socios se traten con respeto y sentido de colaboración.

Marcas, tamaños y presentaciones

Un punto importante es determinar la marca y presentación de los distintos artículos que se desean adquirir. Por ejemplo: en los productos que vienen en diferentes tamaños, es necesario decidir cuál es el más conveniente para las necesidades de todos los socios.

Enseguida se hace una junta: se comparan los precios de los diferentes comercios, se calcula qué marca y presentación resulta más económica y se determina la cantidad que se va a comprar de cada cosa. Hay productos que vienen en cajas de 24 y 48 piezas; existen artículos que vienen en una u otra forma (las sardinas, por ejemplo); son muchos los pormenores dignos de tomarse en cuenta. En este aspecto, la discusión inteligente crea conciencia al consumidor. Es conveniente también practicar un "control de calidad", abriendo dos artículos de marcas diferentes para compararlos (el gasto está justificado).

Acto seguido, se hace el presupuesto de lo que se va a gastar en la compra y se calcula cuánto le toca invertir a cada socio. Si todos van a participar en la misma medida, las cuentas son fáciles. Si no, el asunto se complica, aunque no mucho. Las operaciones se facilitan con una de esas pequeñas calculadoras de bolsillo que tan de moda están actualmente.

El momento culminante de la operación llega con la compra de los productos. Si se cuenta con un automóvil grande que pueda cargar con las cajas, bolsas y paquetes, puede ahorrarse el costo del alquiler de una camioneta que, para una distancia razonable dentro de la ciudad, cobrará no menos de 200 pesos. (Aún así resulta costeable, porque el ahorro justifica holgadamente el desembolso).

Reparto y almacenaje

El siguiente paso varía de acuerdo con las condiciones de la sociedad. Se puede optar por el reparto inmediato de las mercancías, para que cada quien las almacene en su casa, o hacer un depósito común cuando se cuente con algún lugar apropiado. En el caso de los vecinos del condominio, se aplicó esta solución utilizando una de las habitaciones instaladas en la azotea destinada originalmente al personal de servicio. Se nombró un administrador que, mediante inventario, entrega los artículos a medida que los socios los van necesitando.

Y eso es todo. Sencillo ¿verdad? Tal como lo atestiguan quienes vienen haciéndolo desde hace varios meses, la única condición para que el mecanismo funcione adecuadamente, es que los socios se traten con respeto y sentido de colaboración; que nadie intente sacar ventaja; y que se anteponga el interés común al personal, a los caprichos y las preferencias sin fundamento. "Que a mí me gusta tal marca y a mí tal otra", es el principio de las discordias que deben evitarse a toda costa.

La única dificultad que encontraron los "mayoristas" fue que, siendo al comienzo pocos socios, el desembolso resultaba elevado.

Claro que no siempre se puede partir de una decisión unánime en todos los aspectos. Los pioneros en esto admiten que, al principio, el acuerdo fue sobre la base de pocos artículos de uso común, como salsas picantes, tomates, chiles, frijoles, sardinas, servilletas de papel y encendedores desechables. Posteriormente, y a medida que fueron viendo las ventajas —concretamente el ahorro— el interés por llegar a un acuerdo respecto a otros artículos limó las diferencias, y pronto pudieron incorporar a la lista otros productos como jabón de tocador, pasta de dientes, artículos escolares, cigarros y hasta vinos de mesa y licores.

La única dificultad que encontraron los "mayoristas" fue que, siendo al comienzo pocos los socios, las cantidades de latas y otros artículos eran excesivas y, por lo tanto, el desembolso muy grande. Esta situación se alivió al aumentar el número de socios.

Cuando se está convencido de las ventajas de las compras al mayoreo, también pueden adquirirse otros productos, como sacos de papas y cebollas, quesos, cajones de naranjas, jitomates y diversas frutas que pueden conservarse por algún tiempo. ⊙

¿Sufre Insomnio?

Si quiere un sueño tranquilo, no tome pastillas para dormir.

Se empieza un día cualquiera. Uno de esos en los que por una u otra razón se toma una "pastilla para dormir". Después, si el sueño no llega, se ingiere otra y otra hasta que notamos que nuestro cuerpo necesita de "eso".

Entonces inventamos pretextos. Cualquiera es bueno: "Estoy nervioso", "No puedo conciliar el sueño", "Los problemas me aplastan..." Probablemente seamos una víctima más de los hipnóticos o somníferos. Pero, ¿qué son éstos? O mejor aún, ¿de qué manera afectan a nuestro organismo?

Los somníferos o hipnóticos son drogas que pueden producir hábito, es decir, hacer que quienes las consumen se acostumbren a ellos, hasta el grado de la dependencia. Igualmente, todas conllevan el riesgo de causar efectos tóxicos.

Los somníferos son drogas que pueden producir hábito.

Estos medicamentos, usados en dosis adecuadas y administradas por un médico, producen somnolencia o sedación (de ahí su denominación como "sedantes"). Ocurre así, debido a que son drogas destinadas a producir un estado depresivo, parecido al sueño, en el sistema nervioso central. Sin embargo, tomados en grandes dosis producen anestesia, intoxicación y muerte. Estos efectos son progresivos; según las cantidades empleadas, van de la sedación a la hipnosis, de ésta a la anestesia, después al estado de coma y finalmente, a la muerte.

Barbitúricos

Los barbitúricos —llamados así porque son elaborados a base del ácido químico de ese nombre—, producen hábito. Algunas personas pueden tener dificultades para suprimir la costumbre de ingerirlos, e incluso llegan a desarrollar apetencia por las drogas.

Quienes se han acostumbrado a la ingestión frecuente de este medicamento, pueden sufrir síntomas graves al dejar de hacerlo. Los más comunes son: temblores, ansiedad, fenómenos convulsivos y deseo intenso de tomar la pastilla.

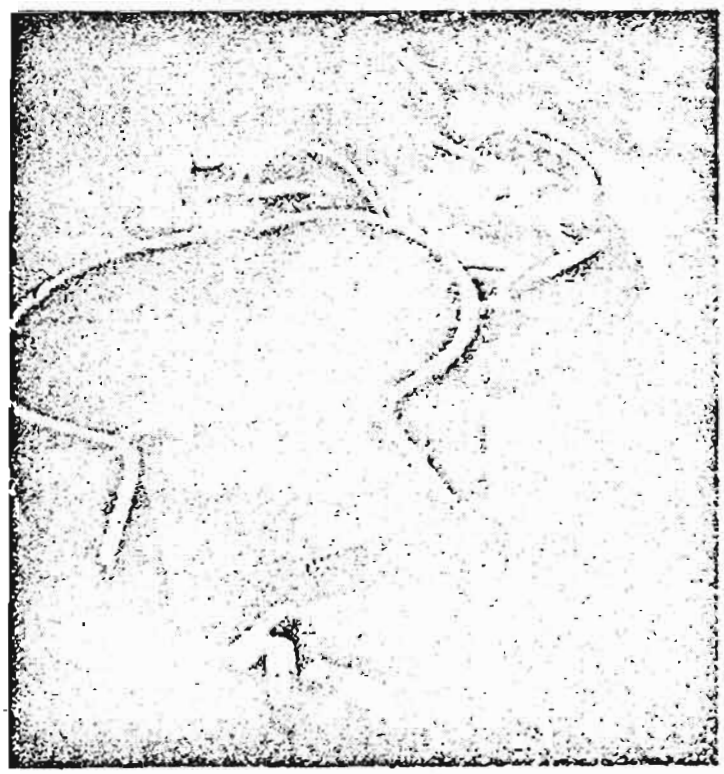
La sobredosis de barbitúricos puede provocar un paro respiratorio y por consiguiente la muerte. Pero si el paciente no fallece durante las primeras horas de la intoxicación, no por eso queda fuera de peligro. Pueden sobrevenir complicaciones fatales en esas circunstancias, como neumonía o trastornos circulatorios.

La intoxicación causada por este medicamento es uno de los problemas más frecuentes de toxicología, al que se enfrentan los especialistas. Su ingestión periódica o una sobredosis accidental o intencional —con intenciones suicidas—, se facilita por la falta de control médico, así como por la carencia total de responsabilidad por parte de algunos dependientes de farmacias, quienes venden el producto sin exigir la receta correspondiente.

Sedantes hipnóticos, no barbitúricos

Además de los barbitúricos, existen otros productos señalados para el mismo uso, y que son conocidos como "sedantes hipnóticos, no barbitúricos". Tales son, por ejemplo, las piperidindionas, los carbonatos, la glutelimida, los bromuros.

Todos ellos, aunque introducidos al mercado con el membrete de *menos peligrosos*, no dejan de serlo, al menos en grado considerable; ya que presentan el riesgo de crear dependencia, principalmente de tipo psicológico.



La sobre dosis de barbitúricos puede provocar un paro respiratorio y por consiguiente, la muerte.

Frecuentemente, el consumidor se acostumbra a productos estimulantes para librarse de la depresión psíquica, habituándose a otras drogas también peligrosas, que lo hacen oscilar entre la depresión y la euforia. (Esto es común en personas que toman píldoras para dormir y para mantenerse despiertas en forma alterna.

Los llamados "agentes contra la ansiedad" o "tranquilizantes menores", como el neprobato y las benzodiazepinas, son hipnóticos de acción intermedia y prolongada, respectivamente. Como en los casos anteriores, su ingestión no está exenta de riesgo.

Al decir de los médicos —y en esto todos coinciden—, nunca deben tomarse este tipo de medicamentos, si no es bajo la estricta vigilancia de un doctor.

Se ha comprobado que muchos accidentes de tránsito o de trabajo se ocasionan porque la persona se encontraba bajo los efectos de estas "pastillas".

Su autorrecetación genera toxicomanía, cuando no la muerte. Además, se ha comprobado que muchos accidentes de tránsito o trabajo se dan porque la persona se encontraba bajo los efectos de estas "pastillas".

Si no puede dormir, procure eliminar las causas de imsomnio (tensión, ansiedad, mala digestión, etc.). De no dar resultado, consulte a un médico, pero no se autorrecete ni siga consejos de personas carentes de la preparación necesaria.

Ahora bien, recuerde que una cosa es sufrir de imsomnio (imposibilidad para dormir) y otra muy diferente tardar en conciliar el sueño. Esto último es más frecuente y no requiere medicación.

	IDENTIFICACION POPULAR (en CALI)	CLASIFICACION	USOS MEDICOS
BARBITURICOS AMOBARBITAL, BARBITAL, FENOBARBITAL, PENTOBARBITAL, SECOBARBITAL, ETC	PASTAS NEMBU MUÑECAS RELAX PAJARO AZUL, ROJO Y AZUL ETC	SEDANTE-HIPNOTICO	SEDANTES, COADYUVANTE EN HIPERTENSION EPILEPSIA HIPERTIROIDISMO

VIA DE ADMINISTRACION	RIESGOS DE DEPENDENCIA FISICA PSIQUICA	EFECTOS INMEDIATOS (Dosis Media)	EFECTOS INMEDIATOS (Por sobredosis)	EFECTOS MEDIATOS
ORAL O PARENTAL	SI SI	SEDACION, EUFORIA, DISMINUCION DEL ESTADO DE ALERTA, MAREO, INCOORDINACION, SUEÑO	ESTUPOR NAUSEA, INCONSCIENCIA MUERTE.	SOMNOLENCIA SEVERA, CONFUSION, IRRITABILIDAD ADICCION CON GRAVES SINTOMAS DE SUPRESION POSIBLES CONVULSIONES Y PSICOSIS TOXICA

Conclusiones

La duración del efecto de los diversos hipnóticos y sedantes, aunque se anuncie como de acción corta, media o prolongada, está relacionada principalmente con las dosis. Tales indicaciones del producto, por tanto, tienen poca importancia práctica.

En las diferentes drogas, las dosis capaces de producir efecto hipnótico *varían considerablemente según la persona* que las ingiere, por esto, las consecuencias pueden ser impredecibles.

Asimismo, la acción sedante de las diversas drogas, en combinación con el alcohol, pueden producir efectos que prolonguen la profundidad y duración del estado hipnótico.

Recomendaciones

- Los hipnóticos deben usarse siempre bajo control médico.
- En caso de que sea necesario tomarlos, debe hacerse en las cantidades más bajas posible.
- El médico que las prescriba debe ajustarlas con mucho cuidado.
- En las farmacias deben exigir la receta médica a quien desee comprar cualquier tipo de somnífero.
- Debe cuidarse mucho el no dejar este tipo de medicamentos al alcance de los niños, ya que en ellos la depresión respiaratoria se produce más fácilmente y es mortal.
- Evite el uso innecesario de drogas tratando de llevar una vida sana y haciendo ejercicio físico para poder dormir mejor.

Enfermedades venereas:

vuelve el enemigo silencioso

Según datos de la Organización Mundial de la Salud, los casos de enfermedades venéreas se han multiplicado en la última década.

Ya no quedan dudas. No sólo en México, sino en el mundo entero, se asiste al resurgimiento de un enemigo tan temible como silencioso: las enfermedades venéreas. Esto, que podría parecer una afirmación "tremendista", está sin embargo, fundamentado por estadísticas contundentes. Según la Organización Mundial de la Salud, se presentan anualmente de setenta a setenta y cinco millones de casos de gonorrea y cuarenta de sífilis. Por otra parte, en nuestro país los datos son alarmantes hasta tal punto, que ciertas interrogantes surgen de modo inevitable: ¿en qué consisten exactamente las enfermedades venéreas?, ¿por qué son tan peligrosas?, ¿cómo prevenirse del contagio o cómo actuar en el caso de que alguna de estas dolencias ya se haya contraído?

Médicamente, las enfermedades venéreas son padecimientos infecciosos que se transmiten de persona a persona por medio del contacto sexual, y que en general se caracterizan por lesiones en los órganos genitales y manifestaciones en otras partes del cuerpo con secuelas tan graves que llegan a provocar la muerte.

La sífilis y la gonorrea ya no pueden ser por más tiempo padecimientos vergonzantes, de los cuales no se habla nada y por lo tanto se ignora todo. Su número aumenta de modo alarmante en todo el mundo, y conviene saber cómo prevenirlas y curarlas para evitar lesiones graves que llegan hasta la muerte.

Un problema de salud pública

Sólo en México se produjeron, en 1975, cerca de diez mil casos de sífilis y casi diecinueve mil de blenorragia (de acuerdo a estadísticas registradas por la Campaña Nacional contra las Enfermedades Venéreas, dependiente de la Secretaría de Salubridad y Asistencia). Claro que, como explica el doctor Alfonso González Galván —jefe de este departamento, y profesional especializado en la materia—, "no existe adecuada notificación a las autoridades sanitarias por parte de los médicos en ejercicio privado, inclusive ni de algunas instituciones de salud, de modo que las cifras que se manejan son seguramente inferiores a los casos que se registran en la realidad".

De hecho, tanto la sífilis como la gonorrea se consideran un "problema

de salud pública", dado que ocupan el sexto lugar dentro de las enfermedades transmisibles que existen en nuestro país. En muchas naciones desarrolladas la situación es aún peor. En estados Unidos, por ejemplo, la gonorrea es el padecimiento infeccioso más frecuente después del catarro común, con cerca de tres millones de casos anuales. También es altísimo el número en Francia y Gran Bretaña.

"Lo que sucede —señala el doctor González Galván—, es que estas enfermedades no hacen distinciones entre razas, edades, sexos o estratos sociales. Por eso, al contrario de lo que ocurre con otras dolencias, el índice de estos padecimientos no es mayor en los medios pobres. Seguramente, porque en el actual resurgimiento de las enfermedades venéreas intervienen más factores de comportamiento social, que de situación económica".

Precisamente, dado que estas dolencias se transmiten habitualmente por contacto sexual directo con una persona afectada (rara vez por medio del beso u otro tipo de caricias; tampoco a través de excusados públicos, toallas, ropas o utensilios), el aumento en el número de personas enfermas está directamente relacionado —a nivel mundial, con la libertad sexual cada vez mayor, que existe en la actualidad. De allí que los investigadores definan a las enfermedades venéreas como "padecimientos del comportamiento social", y consideran que muchas conductas sociales que han tenido auge en los últimos años, son las grandes responsables en el incremento de la sífilis y la gonorrea. Se citan, por ejemplo, los contactos sexuales indiscriminados, la promiscuidad, la influencia de las comunidades hippies (en donde el intercambio sexual se hace no sólo entre dos personas sino entre varias, y tiene carácter tanto heterosexual como homosexual), la homosexualidad y el uso a gran escala de medios anticonceptivos eficaces (lo que provocó que mayor cantidad de mujeres tuvieran relaciones sexuales ante la desaparición del temor a un embarazo).

"Conviene aclarar —subraya el doctor González Galván— que la promiscuidad consiste en mantener relaciones sexuales con diversas personas, en forma indiscriminada y bajo circunstancias fortuitas. Este tipo de interacción es el que contribuye al aumento de los padecimientos venéreos. Y, en la actualidad, no se puede negar que los jóvenes —sector social en el que se observan de cuatro a diez veces más casos de gonorrea que en otros grupos— tienen una libertad sexual de la cual nunca disfrutaron nuestros abuelos; muchos, inclusive, se sienten molestos cuando no tienen ese intercambio. Inclusive, para algunas jovencitas las virginidad significa un estorbo. Todo esto, insisto, tiene a nivel mundial, una influencia directa en el incremento de las enfermedades venéreas".

Cuando no es tratada oportunamente, la sífilis puede afectar hígado, bazo, estómago y los sistemas cardiovascular y nervioso. —entre otros órganos— y ocasionar la muerte. En cambio, tratada a tiempo, es perfectamente curable, sin que queden secuelas ni cicatrices.

Por lo pronto, resulta significativo que este aumento se produzca en una época en que se cuenta con el auxilio eficaz de la penicilina y otros antibióticos. Ya desde 1958 se viene hablando del "retorno" de estas enfermedades, aunque queda claro que sólo en la última década se le puede asociar con la aparición de la revolución sexual, un tema que preocupa a sociólogos, psicólogos e incluso filósofos, pero que, por lo visto, también debe ser objeto de estudio por parte de los médicos.

Conocer al enemigo

Según apunta el doctor Aureliano Da Fonseca —profesor de dermatología y venereología de la Universidad Estatal de San Pablo, y experto de la OMS—, "las enfermedades de transmisión sexual tienen la peculiaridad de poder existir sin manifestaciones inmediatas. Esto significa que muchas veces los individuos las padecen sin darse cuenta, y no es hasta que pasan algunos años, que se presentan los síntomas con sus consecuencias. Por otro lado, se sabe que la mayor parte de los enfermos no se atiende, ni a su debido tiempo, ni con la constancia necesaria, así como tampoco visitan a médicos competentes en la materia, ya que se ha divulgado la idea errónea de que los males venéreos son fácilmente curables, gracias a los antibióticos.

Esto no es cierto —continúa el doctor—; las enfermedades venéreas son curables y no dejan secuelas sólo si se les trata a tiempo".

En este sentido, basta aproximarse a algunas de las características de la sífilis y la gonorrea, para advertir la importancia de un tratamiento oportuno si se quieren evitar lesiones irreversibles.

10 mil casos de sífilis y 19 mil de gonorrea, que se presentaron en México en 1975, no dejan lugar a dudas: nos encontramos ante el resurgimiento de una enemigo tan temible como silencioso las enfermedades venéreas.

En especial, en el caso de la sífilis, el riesgo radica en que la lesión inicial —llamada médicamente, chancro—, en ocaciones no aparece o puede pasar desapercibida. Pero aún cuando aparezca, desaparece espontáneamente al cabo de un tiempo, y sin tratamiento. Entre tanto, la infección sigue su curso, y algunas semanas después pueden presentarse otras lesiones, que al igual que el chancro, desaparecen espontáneamente. Por supuesto, la infección continúa, y lo seguirá haciendo entre cuatro, diez o más años, con el agravante de que durante este periodo, ya no se produce ninguna manifestación aparente. De este modo, si la persona infectada no advirtió que había contraído sífilis desde el primer momento, ya sólo detectará la enfermedad en su última fase, cuando se vean afectados órganos y estructuras como el hígado, el bazo, el estómago, los testículos, los huesos, las mucosas y los sistemas cardiovascular y nervioso. A esta altura del proceso, las lesiones resultan muy graves, pueden ocasionar la muerte, y dejarán secuelas aun cuando el paciente sea tratado y se cure. Por lo contrario, atendida en etapas tempranas, las sífilis es perfectamente curable, sin que queden cicatrices.

Por su parte, la gonorrea, es detectada más fácilmente que la sífilis; al

menos en los hombres, ya que entre el tercero y sexto día después del contacto sexual infectante, se presentan molestias inocultables en los órganos genitales. En la mujer, la ausencia de estas molestias hace que la infección pase muchas veces desapercibida.

Al contrario de lo que ocurre con otras dolencias, el índice de frecuencia no es mayor en los medios pobres. Seguramente porque en el actual resurgimiento de las enfermedades venéreas intervienen más factores de comportamiento social que de situación económica.

Desde luego, las consecuencias de la gonorrea son también muy serias si la infección no se ha tratado a tiempo. En los hombres, puede sobrevenir la esterilidad o estrechez de la uretra con la consiguiente dificultad para orinar. En las mujeres, no sólo puede producirse esterilidad, sino que aparecen infecciones graves en los ovarios, y cuadros de peritonitis. Además, —así como una mujer sifilítica puede abortar o dar a luz un niño sifilítico— otra con gonorrea produce infección en los ojos de su hijo durante el parto, ocasionándole lesiones graves e, incluso, ceguera.

"En enfermedades de este tipo —opina el doctor Aureliano Da Fonseca—, la solución social no es fácil, porque sobrepasa las posibilidades del médico. Es necesario encarar el problema de los males venéreos desde nuevas perspectivas, que incluyan no sólo el trabajo de dermatólogos y venereólogos, sino también la experiencia de epidemiologistas y sanitaristas, y la de todos aquellos que tengan responsabilidades en el estudio de los comportamientos actuales del hombre".

Recomendaciones

Desde un ángulo más "doméstico" existen, de todos modos, ciertas prevenciones y normas de conducta en relación a las enfermedades venéreas, cuya aplicación tiene resultados inmediatos y muy eficaces. Estas son las proporcionadas por el Departamento de la Campaña Nacional contra las Enfermedades Venéreas, y que conviene tener muy en cuenta:

- Si usted tiene la sospecha de estar enfermo, acuda inmediatamente a un centro de salud clínica o a su médico particular. Si sabe o recela de alguien que pueda estar en la misma situación, que tome idénticas medidas.
- Recuerde que la consulta, diagnóstico, tratamiento y control subsecuente de estas enfermedades, se puede obtener gratuitamente en los centros de salud de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, y en las clínicas de seguridad social.
- No olvide que, en todos los casos, el manejo de los pacientes con enfermedad venérea, así como sus contactos, tiene carácter confidencial.
- Los tratamientos caseros, la automedicación y las recomendaciones de charlatanes o personal no médico deben evitarse, ya que no sólo no curan el padecimiento, sino que enmascaran su evolución y propician la aparición de gérmenes resistentes a los medicamentos.
- A modo de prevención, hay que recordar que, después de realizar el acto sexual con una pareja potencialmente infectante, deben lavarse los órganos genitales utilizando abundante agua y jabón.
- Aún en ausencia de síntomas, conviene acudir anualmente al centro de salud o clínica de seguridad social para que se le practique una reacción seroluética.
- En caso de adquirir una de estas enfermedades, hay que proporcionar al médico toda clase de información que solicite, incluyendo la relacionada con las personas con que se tuvo el contacto sexual, tanto inmediatamente de adquirir el padecimiento como durante la evolución del mismo.
- Se recomienda tratar de convencer a sus contactos sexuales para que acudan a la consulta médica.
- Por último, es indispenable seguir estrictamente las indicaciones del facultativo, no interrumpir el tratamiento y acudir con la periodicidad que éste le indique, a los exámenes de control.

Los síntomas más comunes de la gonorrea.

En el hombre:	*En la mujer:*
• Ardor al orinar	• Al principio no hay ningún indicio. (Algunas veces ardor al orinar)
• Gotitas de pus	
• Dificultad para orinar	
• Calentura (a veces)	

Después de meses:	*años:*
• Reuma en una sola coyuntura.	• Dolor de vientre Problemas en la regla • Incapacidad para engendrar hijos.

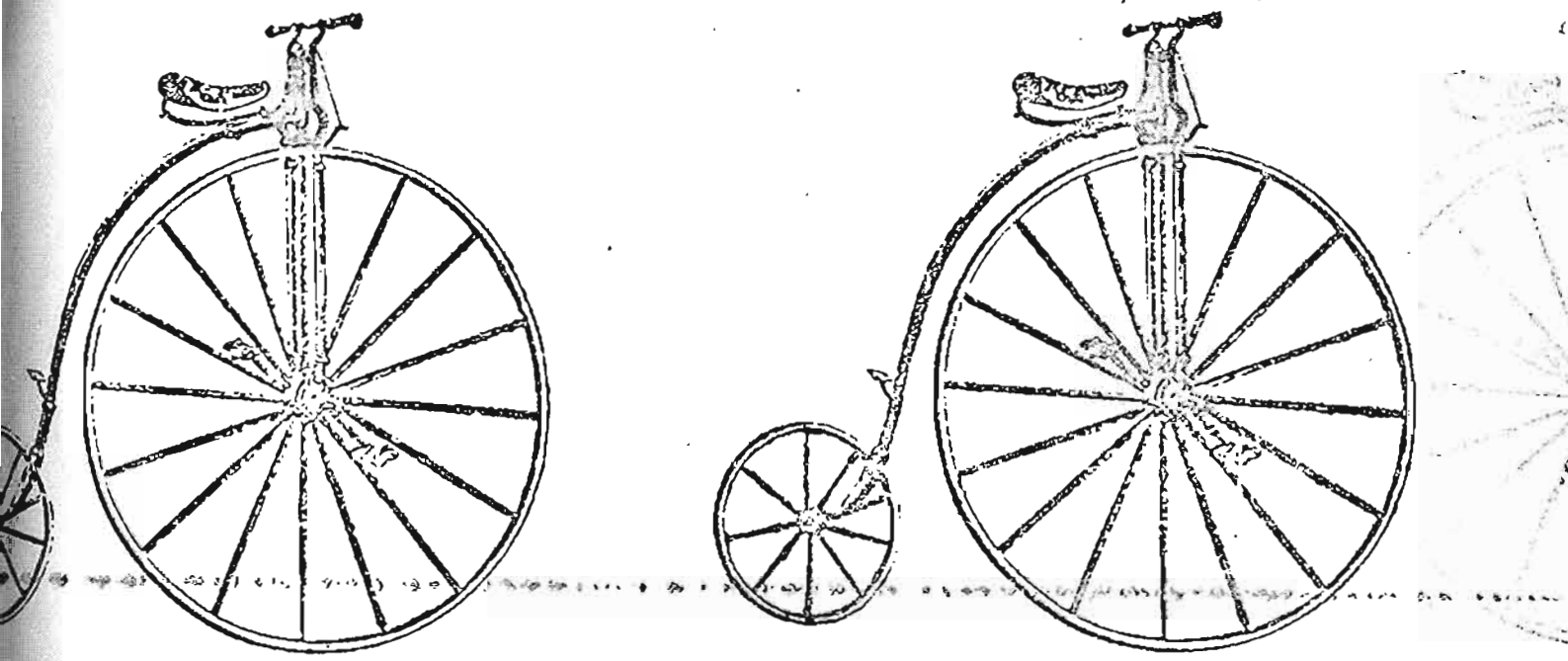
En el hombre, las primeras señas de la gonorrea se presentan después de la primera o tercera semana de haber tenido relaciones con una mujer infectada.

En la mujer, los síntomas pueden tardar años en aparecer, pero puede transmitirla unos días después de contraerla.

Los síntomas más comunes de la sífilis

- El primer indicio es una llaga o "chancro" en las partes ocultas del hombre o la mujer (o con menos frecuencia, en los labios u otras partes del cuerpo). Aparece después de dos a cinco semanas, luego de tener contacto con una persona infectada. La herida casi no duele. Por eso, cuando se encuentra en las partes ocultas de la mujer, ella muchas veces no lo sabe.
- La de la sífilis dura unos días y se quita sola. Pero la enfermedad continúa.
- Semanas después de contraída, pueden aparecer: granitos dolorosos por todo el cuerpo; ronchas en forma de rueda o granos y comezón en las manos.

Si la sífilis no es atendida a tiempo, puede producir trastornos en cualquier sistema del cuerpo; causando reuma, parálisis, locura, etcétera. Si aparece cualquier dolencia desconocida en la piel, unos días o semanas después de que se tenga algún grano o llaga en las partes ocultas, o se detecta cualquiera de los síntomas, consulte a su médico.



Para andar en bicicleta...

En la capital de la República existe un "movimiento" para estimular el uso de la bicicleta.

En México, como en otros lugares del mundo, fue creada una asociación de militantes que propugnan el uso de la bicicleta. Esta sociedad se llama "Todo Mundo en Bicicleta". Es dirigida por su fundador, profesor Agustín García Morales, maestro de educación física, quien dice que su grupo es un movimiento que pretende resolver los problemas del transporte, disminuir el consumo de energéticos y proporcionar una forma sana de hacer ejercicio.

"Nuestro grupo —añade el profesor García Morales— nacido antes de 1975, actualmente recibe apoyo oficial, sobre todo de las Direcciones de Promoción Deportiva y Educación Física. Es grande. Hemos hecho paseos con más de ocho mil participantes. Gracias al apoyo oficial, cada delegación política del Distrito Federal promueve un paseo mensual".

—¿A qué se debe que en México no sea común el uso de la bicicleta?

—En México no estamos acostumbrados ni educados para usarla como medio de transporte, porque muchas personas se avergüenzan de andar en ella. "Debido a la educación que recibimos, nos sentimos caballeros al transitar en coche, y peones si lo hacemos en bicicleta" —afirma el profesor.

En cambio, en Holanda, miembros de la familia real y altos funcionarios del gobierno se transportan frecuentemente en bicicleta. También, en Estados Unidos, algunos integrantes del Congreso acuden a su edificio en dicho vehículo.

Por otra parte, en China hay entre una y tres bicicletas en cada familia y en la India se viene difundiendo cada vez más su uso. En Finlandia es casi tan común como en Holanda. Tanto el pueblo y el gobierno de este país, como los de Suecia, Francia, Inglaterra, Mónaco y otros de Europa, han tomado medidas para que se recurra a ese vehículo como a un poderoso auxiliar del transporte urbano.

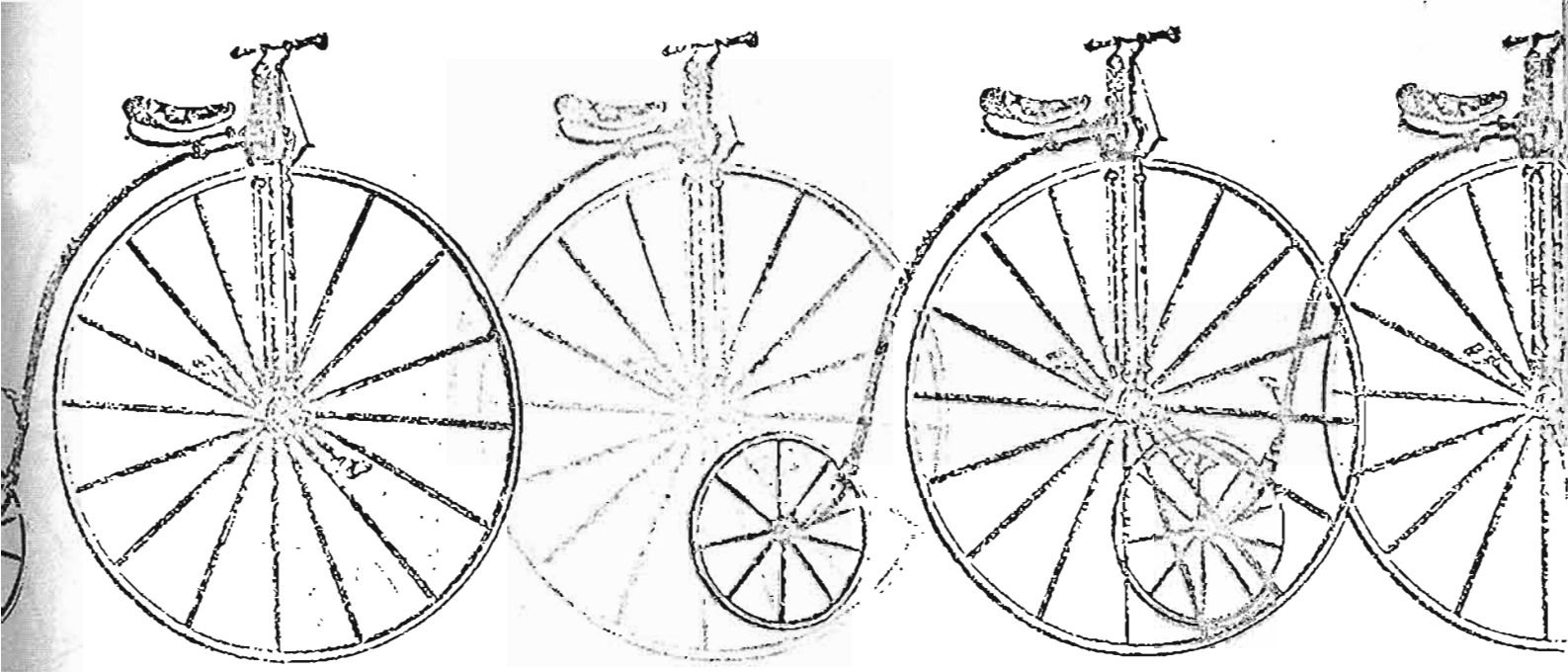
Sobre todo, porque en las naciones nombradas el uso de la bicicleta está asociado al ahorro del combustible derivado del petróleo. Los funcionarios gubernamentales de esos lugares pretenden impedir el despilfarro de los energéticos.

La bicicleta no gasta gasolina, no contamina, es fácil de guardar en casa, es barata y constituye un excelente medio para hacer ejercicio.

Un inconveniente saludable

Transportarse en bicicleta implica hacer ejercicio. Este es un inconveniente muy saludable. Aunque hay problemas serios —dice el fundador del movimiento ciclista—, es prácticamente imposible encontrar un estacionamiento para bicicletas.

Varias fábricas de Naucalpan, en el Estado de México, han instalado algunos para sus obreros. Un banco hizo lo mismo en distintas sucursales. . . pero se robaban las bicicletas. Otros inconvenientes son el polvo, la lluvia y el sudor.



Pero también tiene sus ventajas este medio de transporte. La principal es que ahorra energéticos. Además, *no contamina*, no ocupa tanto espacio como los automóviles, se puede estacionar fácilmente, ayuda a solucionar problemas de tránsito —por ejemplo en ciudades como México— y propicia un excelente ejercicio muscular y aeróbico (esto es, de oxigenación corporal).

Opiniones de otros ciclistas

"Transportarse en bicicleta —afirma la periodista neozelandesa Michele Clad— no tiene nada de vergonzoso. Al contrario, es saber usar los recursos nacionales de la mejor manera, planificar inteligentemente el transporte y el gasto familiar; éstos son signos de civilización, cultura y profilaxis. Así que a limpiar el ambiente y los pulmones".

Griselda Castañeda Martínez, obrera y fanática de la bicicleta, da una opinión más amplia: "Los trabajadores nocturnos, los empleados de medianos y bajos recursos económicos y los estudiantes harían muy bien en comprarse una bicicleta. Así, podrían decirle adiós a las colas para tomar el autobús y el 'cuatropesero'. Se evitarían los amontonamientos, los pasajes exagerados, los carteristas y, particularmente, las mujeres eludirían a todo tipo de maniáticos sexuales que andan en los autobuses".

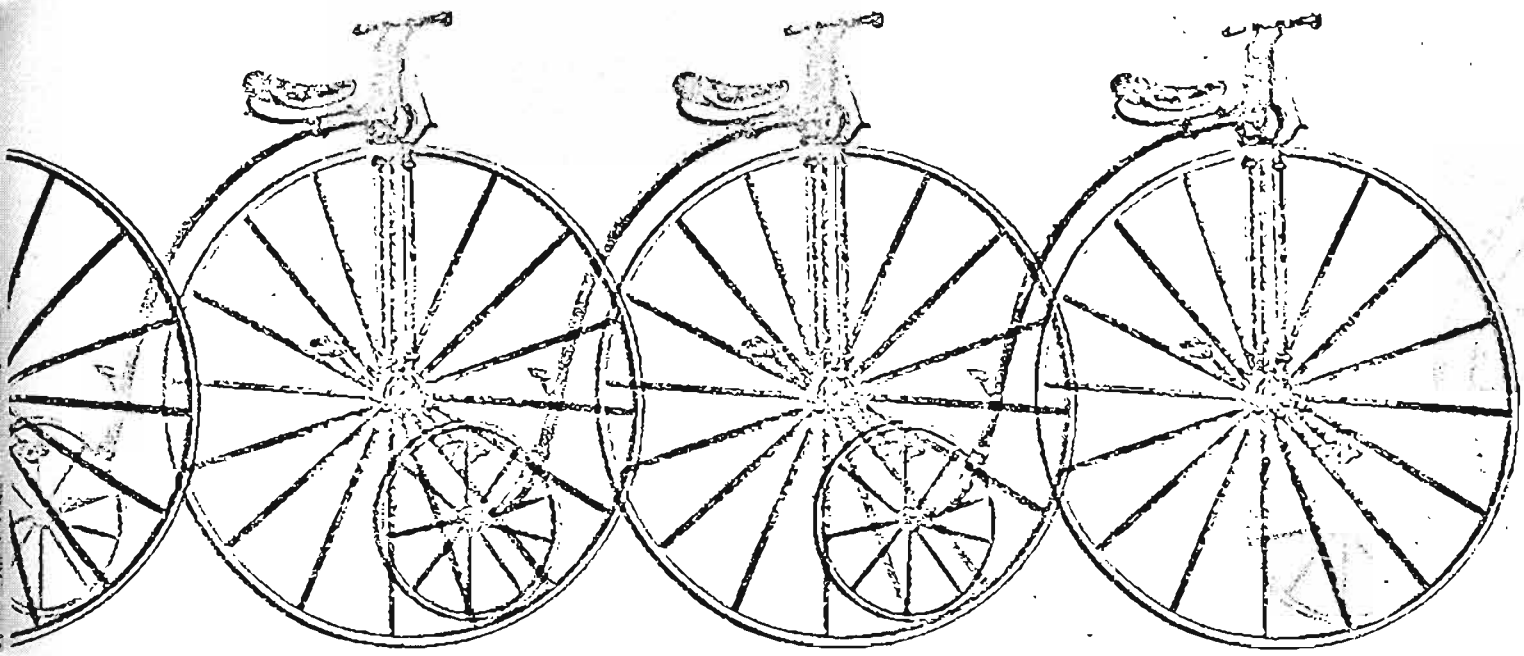
—Por otro lado, —sigue Griselda Castañeda Martínez— ¿a quién no le ha sucedido aquí, en la ciudad de México, que el chofer del camión se niegue a darle el cambio, porque no trae veintes ni tostones?. Los transportes colectivos mal planificados son el vampiro del pobre habitante del D.F. Por eso, hay que pensar en las ventajas que ofrece la bici.

—¿Qué tipo de ayuda se requeriría para incrementar el uso de la bicicleta? La pregunta es para el profesor Agustín García Morales.

—Sería conveniente que se destinaran calles exclusivamente para el transporte en bicicleta —responde—. También ayudaría a que la iniciativa privada cooperara instalando estacionamientos para estos vehículos en los centros comerciales grandes, en cines y restaurantes.

Quienes consideran a la bicicleta como un importante medio de transporte, han establecido relaciones con gentes de otras partes del mundo que piensan igual que ellos. El grupo de "Todo Mundo en Bicicleta" está formando, junto con otras cincuenta agrupaciones similares de otras naciones, la primera Federación Mundial de Militantes para el Uso del Transporte en Bicicleta. Igualmente, está preparando el Primer Congreso Mundial de estas asociaciones.

¿Le parece ridículo transportarse en bicicleta? La familia real de Holanda, los habitantes de la República Popular China y varios miembros del Congreso de Estados Unidos, piensan que es útil y saludable.



Muchas personas consideran que en la bicicleta está el futuro del transporte local. Otras opinan lo contrario. Mientras, cantidades inmensas de gasolina son consumidas por el transporte motorizado citadino. Automóviles, camiones de carga, autobuses y motocicletas, son vehículos necesarios para el progreso industrial del Estado moderno. Sin embargo, gran parte del consumo de combustibles se hace en viajes de poca necesidad, de escasa o ninguna utilidad y hasta de lujo. La mayoría de los especialistas en comunicaciones y tránsito urbano, piensan que este gasto es innecesario.

Recomendaciones al ciclista

o Procure conservar su derecha.
o Use reflejantes en las llantas y en la parte de atrás de su bicicleta, esto lo hará más notorio y evitará algunos accidentes. Use, incluso, reflejantes de pedal.

● No olvide las luces de atrás y adelante. En el mercado hay focos especiales que sirven para avisar a los demás vehículos en caso de que usted piense dar vuelta hacia la izquierda o a la derecha.

● Procure, por su seguridad, usar el contraste de colores en su bicicleta y, de ser posible, una banderilla alta que le ayude a notarse más.

● Revise frecuentemente frenos y llantas. Ellos son culpables —junto con la irresponsabilidad de los usuarios—, de un gran número de accidentes.

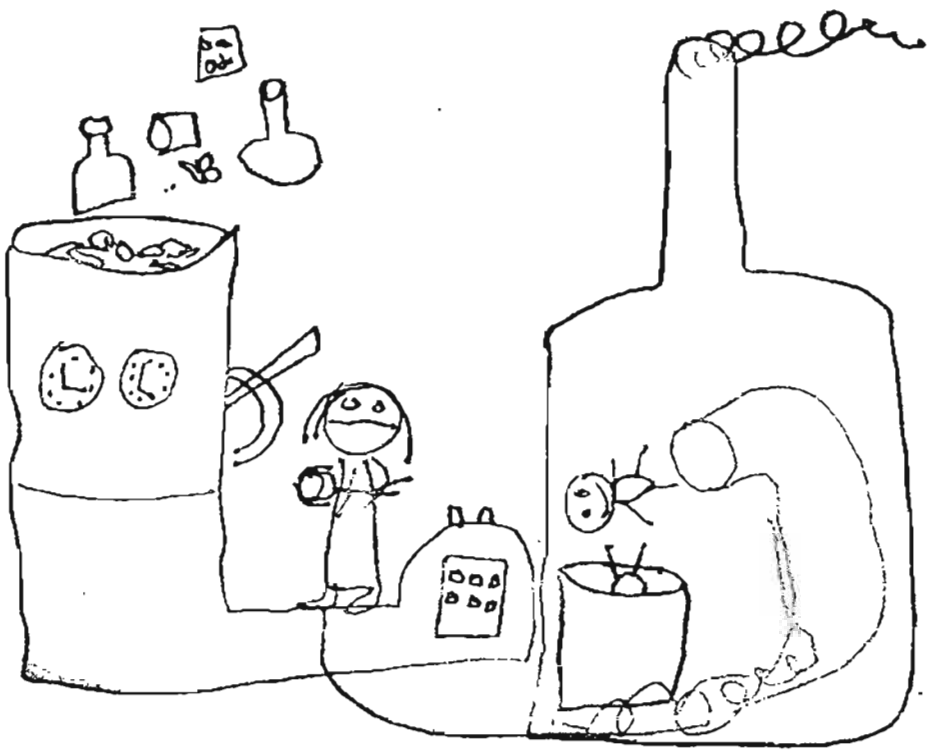
● Use claxon.

● Sea sobrio al adornar su bicicleta. Demasiado lujo es una tentación para los ladrones.

● Acostúmbrese a usar candado para llanta, y cadena y candado para dejar su vehículo en lugar seguro, y cuando tenga que estacionarse.

¿Un "adiós" a los camiones llenos, a los carteristas y maniáticos? La bicicleta es una alternativa para aquellos que quieren ganarle unos pesos al presupuesto mensual.

El niño, ¿quién es?



Se debe hacer del niño un ser apto para el consumo selectivo, inteligente. Esto es posible mediante una actitud resistente a las motivaciones de la sociedad industrial.

¿Quién es ese consumidor insaciable; ese bullicioso diablillo que hormiguea en el hogar, las guarderías, los parques y las escuelas; ese pequeño causante de los grandes problemas de población: ese manantial de las grandes satisfacciones familiares? Lo que nosotros fuimos alguna vez. . .y algo más.

Vale la pena meditar un poco sobre los niños, sobre la infancia, período de la vida en que se contienen potencialmente todas las posibilidades del género humano.

Nosotros adultos, nunca conocimos mayor intensidad, mayor asombro ante la apertura del universo que cuando fuimos niños. Ocuparnos un poco de ellos es, a fin de cuentas, ocuparnos de nosotros mismos.

La educación fluye primero por los sentidos: por los miembros y los músculos, por todo el cuerpo.

La educación, eso que tanto nos preocupa, da principio con las precepciones, con el uso de los sentidos, y tiene por objeto la formación y la felicidad de los seres humanos. La educación es una trayectoria permanente que da justificación y calidad a nuestra vida entera.

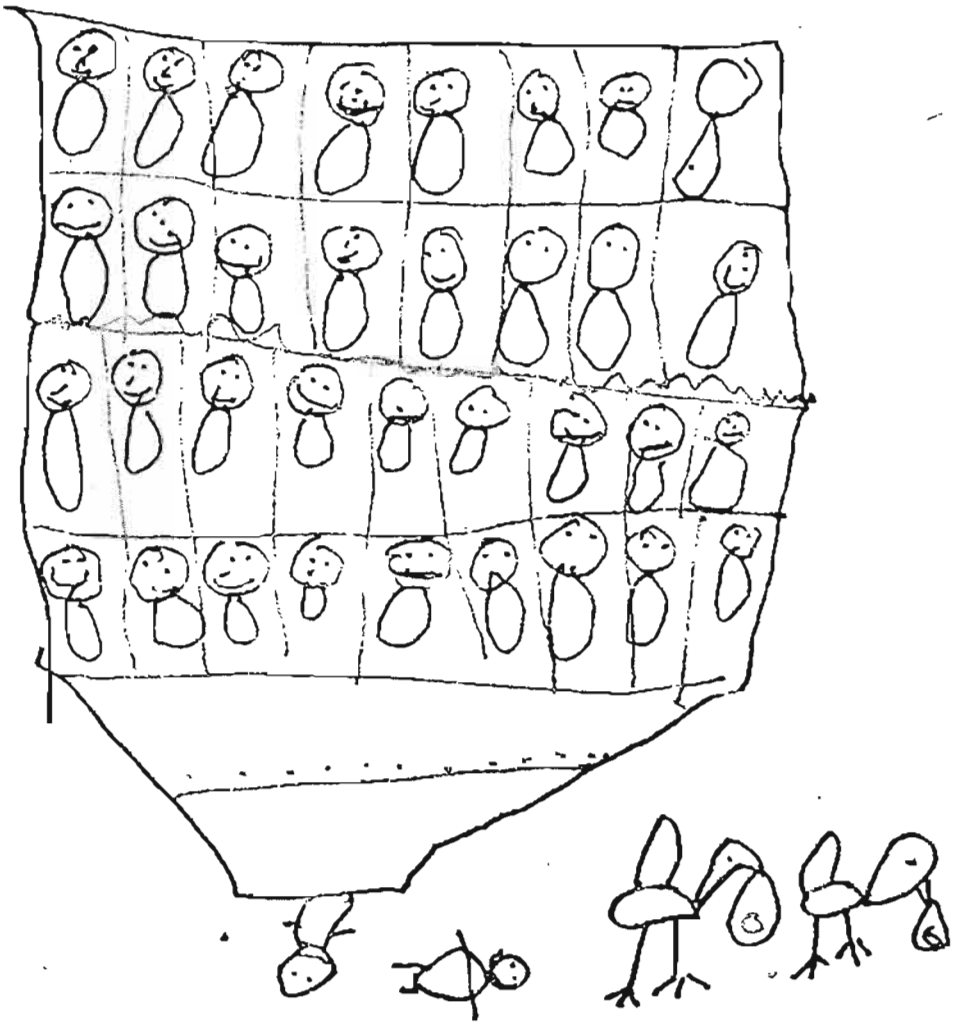
¿Cómo atender a la educación de nuestros pequeños hijos desde entonces? ¿Qué hacer para que se desarrollen sanos, felices e inteligentes?

Todos los especialistas están de acuerdo en que el niño necesita, además de alimentos apropiados, el sueño, la higiene y un cuidadoso bienestar; cariño, amor, confianza, seguridad y protección. . .sin límite. Pero todo esto, siendo imprescindible no basta. Hace falta atender a esa maravillosa apertura que hace posible su contacto con la riqueza inagotable del universo: las percepciones, los sentidos.

Arte y educación para el niño

La educación fluye primero por los sentidos, por los miembros y los músculos, por todo el cuerpo y no primordialmente por las facultades de abstracción. La capacidad de sentir, la aptitud para recibir sensaciones, inaugura las relaciones del niño con el ambiente y define, de una manera decisiva sus respuestas.

El niño se inicia como consumidor ante mercancías impuestas por la producción industrial, a veces insatisfactorias y peligrosas.



La conducta del pequeño surge en este momento como el inicio de un diálogo maravilloso, anterior al lenguaje verbal, en que la madre y él, logran comunicarse mediante sensaciones plenas de significación. Un milagro tan común como desconocido: aquí tiene principio el lenguaje universal que usamos todos y que resulta capaz de comunicar —sin palabras—, toda la escala de nuestros sentimientos, emociones, necesidades y actitudes vitales. Un lenguaje que nos hace sensibles y nos afina con el ambiente natural. Un juego casi milagroso de estímulos y respuestas que da paso a la forma más elevada de comunicación que conocemos: la aptitud estética, porque las facultades artísticas son algo inherente a ese conjunto de cualidades que es el hombre.

¡No existe mejor actor dramático que un bebé hambriento! El niño, no sólo tiene hambre, tiene también impulsos de dependencia y necesita seguridad. Sólo puede percibir el cariño de sus padres cuando lo toman en brazos y lo alimentan, esto lo consigue llorando: ¡es ya un actor! En el futuro, el arte como la única forma natural de establecer una relación armónica entre sus impulsos y sus razonamientos, le permitirá jugar.

Un niño educado en un ambiente integrado, es capaz de vivir en la sociedad de consumo sin desadaptación ni conflicto.

El juego —no el juguete—, es el agente formativo principal del niño. Las restricciones a que lo obliga su dependencia y el cúmulo de percepciones a que se encuentra expuesto, determinan el principio de esta necesidad vital.

De qué dependen las aptitudes infantiles

Desde la primera infancia el niño se desarrolla gracias a lo que ve, toca, oye o siente con su propio cuerpo. Nunca es demasiado pronto para empezar a estimular el uso sensible de los ojos, los oídos, los dedos y el cuerpo entero. Toda percepción, todo aquello que recibe mediante sus sentidos como una dádiva del universo, lo afecta más en la medida que exige una primera respuesta, una valoración vital inmediata que se refleja en su conducta para dar estructura y solidez a su integridad personal.

De ahí la importancia que tiene —como en el caso de los alimentos—, seleccionar la calidad de sus percepciones. Sin embargo, para la gran mayoría de los niños, el primer año de vida, decisivo en su formación, transcurre por ignorancia de los padres, ante un aburrido techo de yeso y algo, muy poco, más.

Desde la primera infancia el niño se desarrolla gracias a lo que siente con su propio cuerpo.

Hoy sabemos que las aptitudes infantiles dependen de la riqueza perceptible del ambiente: sonidos, colores, formas, texturas, sabores; todo aquello que es parte del marco natural en que hemos vivido durante los últimos milenios, sirve perfectamente para estos propósitos porque nuestros sentidos están afinados para ello.

Hagamos que el niño escuche atentamente el lejano ladrido de un perro, las gotas de la lluvia, el canto de un pájaro; que toque todo aquello que pueda ser tocado; que vea todo lo que podamos poner a su alcance, que sienta todo lo que pueda sentirse y que alimente su experiencia con toda la riqueza del mundo natural.

Un consumidor inteligente

El mundo artificial da principio con los objetos industriales. La sociedad de consumo impone limitaciones cada vez más estrictas: las mercancías elaboradas se convierten en valores ficticios que sustituyen a la expresión humana.

Nunca es demasiado pronto para estimular el uso sensible de los ojos, los oídos, las manos y el cerebro.

El pequeño se inicia como consumidor ante mercancías impuestas por la producción industrial que no siempre satisfacen sus necesidades concretas y que llegan hasta ser peligrosas. Es aquí donde principia la tarea educativa de hacer de él un ser apto para el consumo selectivo, un consumidor inteligente un poco mejor que nosotros. Hoy sabemos que es posible lograr esto mediante una aptitud resistente a las motivaciones de la sociedad industrial.

Fomentar en el niño la libre expresión artística es darle una niñez libre y feliz. Si es adecuado en un ambiente integrado entre el arte y la vida, es capaz de proyectarse en la sociedad de consumo sin desadaptación ni conflicto porque su expresión artística no es otra cosa que la documentación de su personalidad.

El mejor ejemplo de estas afirmaciones lo dan aquí, algunos dibujos de niños de seis a diez años, educados a través del arte, que satíricamente nos dicen cómo vieron el tema "La Fábrica de Niños". Son auténticas obras de arte, disfrútelas usted. ⊙

CORRESPONDENCIA

"Quejas, denuncias, experiencias personales"

La Revista del Consumidor se reserva el derecho de reescribir y editar, a su manera, toda carta que llegue a la redacción, en el entendido que se respetará la esencia del mensaje.

Atención de farmacodependientes

Señores:

Me permito felicitarles por el interesante artículo sobre la toxicomanía, que apareció en el número diez de su revista. Ahora bien, quisiera saber cómo averiguar si una persona comienza a consumir drogas. Y además, si no es mucha molestia, en dónde se puede recibir atención para combatir el vicio.

Luis Rubio Rosales
Colón 1-35
México 1, D.F.

Revista del Consumidor:

Observe a la persona. Si tiene excesiva sed y hambre, somnolencia y pupilas dilatadas, así como baja pulsación, puede estar drogada.

Como señalamos en el artículo, en casos de drogadicción, el tratamiento médico es indispensable.

Por su parte, y para contestar su segunda pregunta, permítanos informarle que centros en donde un farmacodependiente puede recibir tratamiento, como es de esperar, hay muchos en la República. Ahí le van algunos, incluyendo los de provincia, para el conocimiento de nuestros lectores.

Distrito Federal

o Centro de Estudios de Farmacodependencia.
o Hospital Psiquiátrico "Fray Bernardino Alvarez".
o Hospital Psiquiátrico Infantil "Dr. Juan N. Navarro".
o Instituto Nacional de Neurología
• Pabellón de Psiquiatría y Medicina Psicosomática del Hospital General.
• Centros de Salud de la Ssa.: "Beatriz Velazco de Alemán"; "Dr. Juan Duque de Estrada"; "Soledad Orozco de Avila Camacho"; "Dr. Angel Brioso Vasconcelos"; "Dr. Domingo

¡Suscríbase hoy mismo!

- La Revista del Consumidor le da los mejores consejos para comprar mejor.
- Le abre los ojos, le ahorra dinero y le evita problemas y sorpresas desagradables.

100 pesos (los 12 números). Y le puede ahorrar. . . miles.

revista del consumidor

Envíe la cantidad de $ 100.00 M.N. (Cien pesos 00/100) en cheque o giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor por concepto de suscripción anual (doce números) a Insurgentes Sur No. 1871-4o. piso, Departamento de Difusión, México 20, D.F.

Nombre _____

Dirección _____ Tel: _____

Ciudad _____ Z.P. _____

Recorte este cupón

Péguese aquí

CORRESPONDENCIA
CON DERECHOS POR COBRAR

Solamente en el Servicio Nacional

Primera Clase
Permiso Postal
No. 3093

El porte será pagado por:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CON CARGO ADMINISTRACION No. 20
México 20, D.F.

Orvañanos"; "Dr. José Ma. Rodríguez"; "Dra. Margarita Chorne"; "Dr. Manuel Escontría"; "Dr. Manuel Cárdenas"; y San Bartolo Atepehuacan,centro "Maximino Avila Camacho". Consulta psiquiátrica del Imss en las clínicas números 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 16, 20, 22, 23, 25, y 60. Clínicas de Neurosiquiatría del Issste, Tlatelolco y Juárez.

• Servicio de Salud Mental del Hospital Infantil; Servicio de Higiene Mental del Hospital del Iman; Clínica de Conducta del Centro Nacional de Orientación Educativa.

Guadalajara

• Sección Psiquiátrica del Hospital Civil. Departamento de Higiene Mental de los Servicios Coordinados; Instituto de Psicopedagogía; Consulta Psiquiátrica en las clínicas del Imss 1, 2 y 3.

Monterrey

• Consulta externa Psiquiátrica del Hospital Civil; Servicio de Salud Mental del Centro de Salud No. 1; Servicio Psiquiátrico de la Clínica Hospital del Issste; Servicio de Neurosiquiatría del Imss.

Puebla

• Sección de Psiquiatría del Hospital General; Servicio de Salud Mental del Centro de Salud No. 1; Consulta Externa Psiquiátrica del Imss; Consulta Externa Psiquiátrica del Issste.

Ciudad Juárez

• Consulta Externa Psiquiátrica del Imss; Servicio de Psiquiatría del Issste.

León

• Consulta Externa Psiquiátrica del Imss.

Mexicali

• Servicio de Psiquiatría del Hospital Civil. Consulta Externa del Imss; Centro de Orientación Juvenil del Club Rotarios.

Tijuana

• Consulta Externa Psiquiátrica del Imss; Clínica de Conducta del Centro de Higiene Escolar.

Torreón

• Consulta Externa Psiquiátrica del Imss; Consulta Externa Psiquiátrica del Issste.

Mérida

• Instituto Neuropsiquiátrico de Yucatán; Consulta Externa Psiquiátrica del Imss.

La ley federal de protección al consumidor, hágala valer

Si va a comprar algún producto o contratar un servicio en abonos,
el vendedor debe informarle, antes de realizar la operación, sobre:

- el precio de contado
- el total de los intereses y la manera como éstos se fijan
- el por qué de los gastos adicionales y su cuantía, si los hubiere
- el número de pagos a realizar y cada cuándo se cubrirán
- la cantidad total a pagar
- el derecho que usted tiene de liquidar anticipadamente el crédito, con la consiguiente reducción de intereses.

Además todos estos datos deben aparecer con claridad
en el contrato respectivo. (Art. 20).
En las operaciones a crédito, los intereses se fijarán
sobre el precio de contado *menos el enganche* que se vaya a dar. (Art. 21)
Por otro lado, siempre conviene recordar
que está prohibido cobrar intereses sobre intereses (Art. 23).
Infórmese antes de comprar y defienda sus derechos

Si usted participa,
los demás no estamos solos

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

¿Lavadora Automárica?

¿Detergente con chacachaca?
No, señora. El chacachaca es el esfuerzo
que usted hace en el lavadero. . .
¡y vaya que es penoso!
Siga nuestro consejo: el detergente
—y todo lo que lava es
detergente, hasta
el agua— aunque
ayudan, no hacen milagros ni,
por supuesto, convierten un limpiador
en una máquina sofisticada. . .
¡bueno fuera!
Por esto, y contrariamente a lo que
dice el comercial, mujer que
lava descansadamente
simple y sencillamente,
no lava.